

Tourism in Japan

Ryoichi Imai

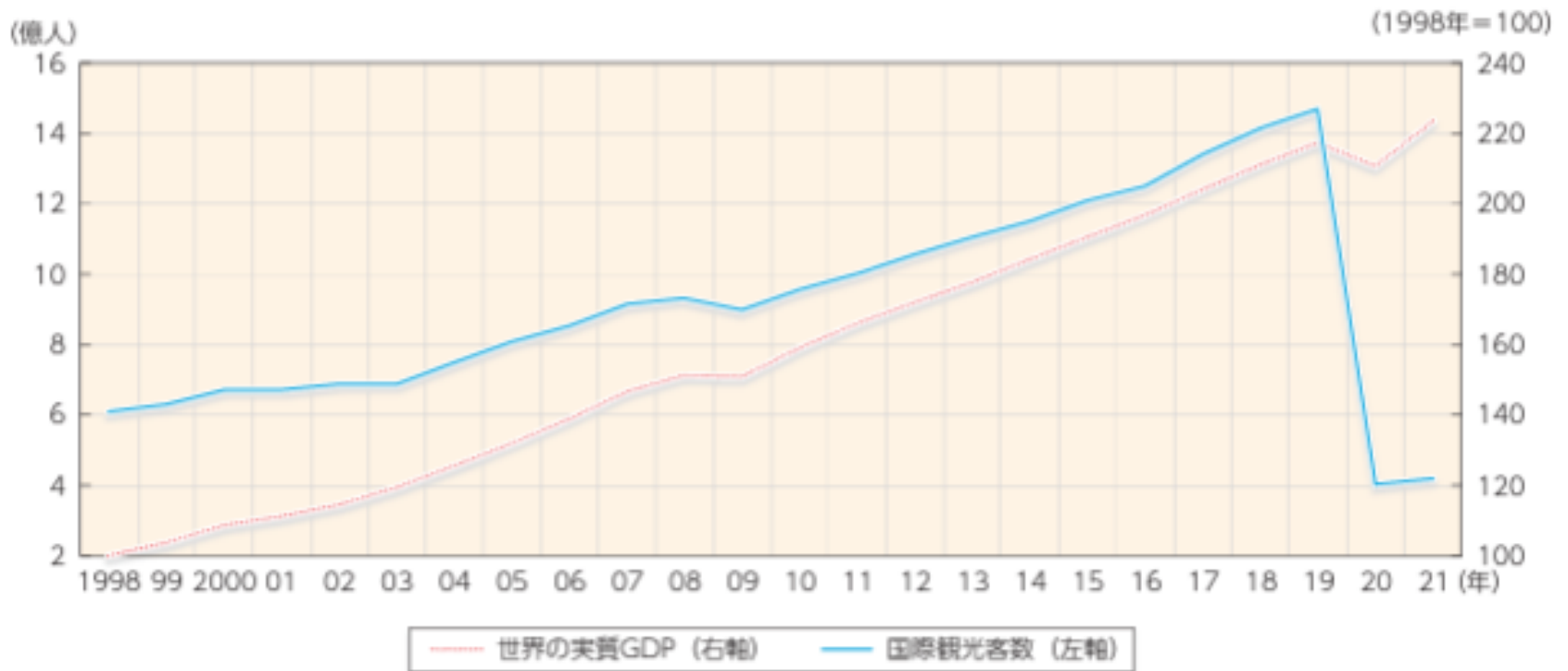
Issues

- White Papers on Tourism 2014 through 2022.
- International Comparison
- Dispersing holidays
- Minpaku

WHITE PAPERS ON TOURISM 2014 THROUGH 2022

Tourists are increasing more than proportionally to economic growth

図表I-6 国際観光客数と世界の実質GDPの推移

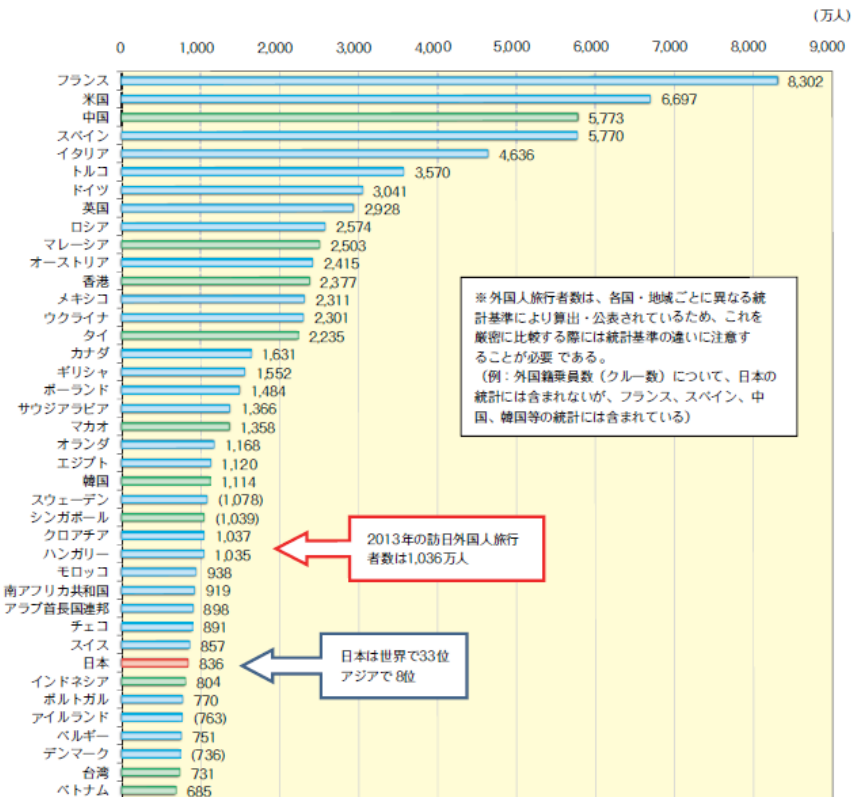


資料：UNWTO(国連世界観光機関)、IMF(国際通貨基金)資料に基づき観光庁作成

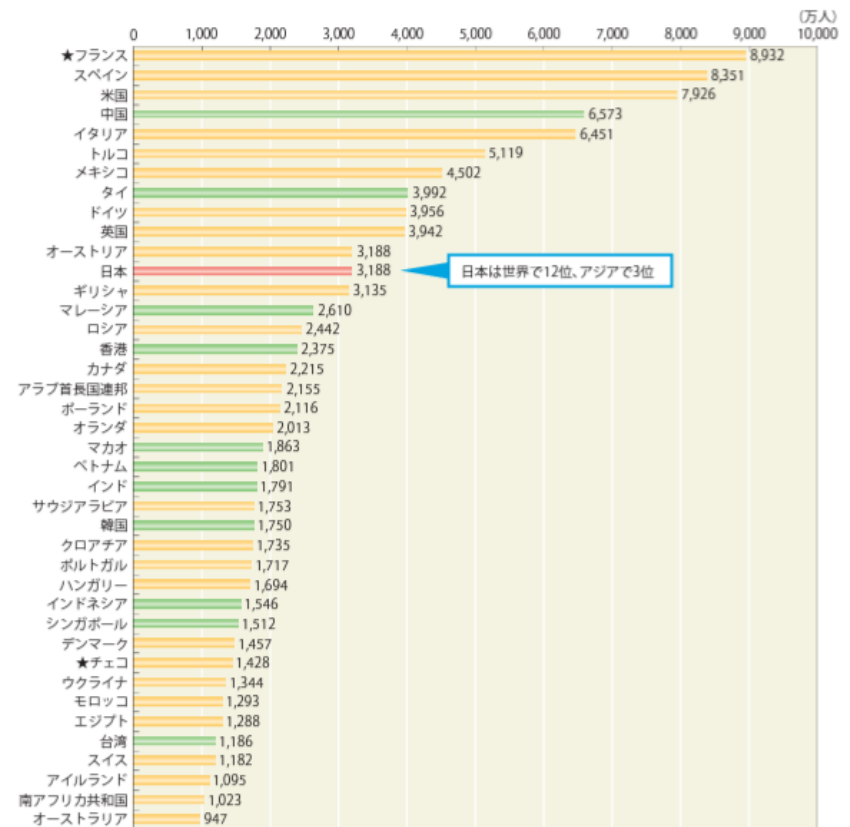
注1：世界の実質GDPは、1998年(平成10年)を100として指数化。

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

図表 I-7 外国人旅行者受入数ランキング (2012年 (平成24年))



図表 I-2 外国人旅行者受入数ランキング (2019年 (令和元年))



<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001408959.pdf>

- France welcomes the largest number of foreign visitors in the world, while it has not changed so much.
- In 2012, Japan is ranked at 33rd in the world and 8th in Asia.
- In 2019, Japan is ranked at 12th in the world and 3th in Asia.
- Japan's amazing progress is due mainly to the government effort to develop the tourism industry.

Foreign tourists in Japan

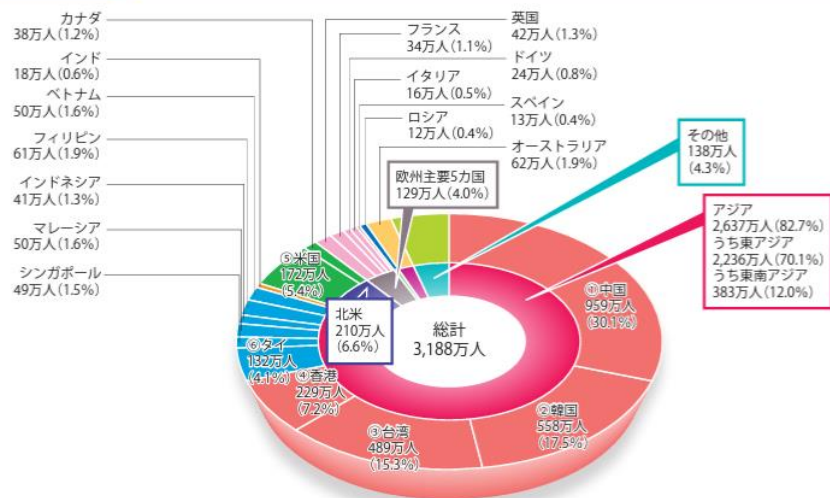
図表I-8 訪日外国人旅行者数の推移



<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

- Foreign visitors to Japan drastically increased in the last decade
- However, the growing trend was suddenly interrupted in 2020.

図表 I - 11 訪日外国人旅行者の内訳 (2019年 (令和元年))



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

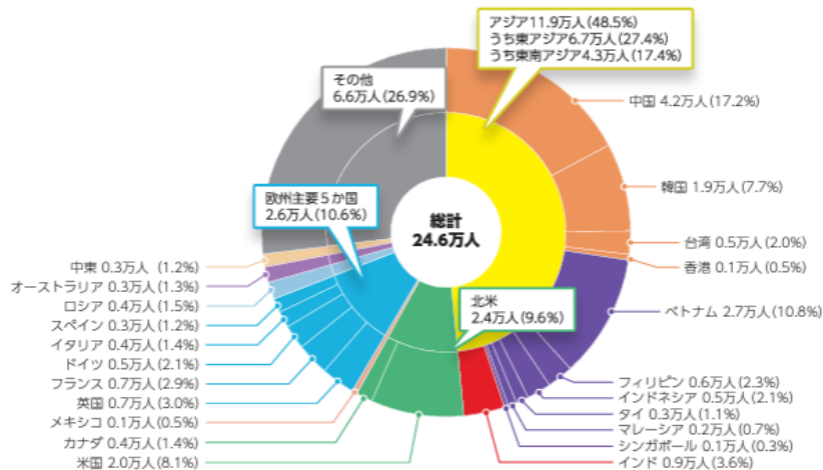
注3：数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

- No other policies have ever been more successful than the promotion of Japan as a travel destination from the world!
- In 2019, visitors from Korea, Taiwan, China, Hong-Kong account for more than 70% of all the visitors.
- Total number of foreign visitors decreased from 31 millions in 2019 to 0.24 millions in 2021.
- The share of Asian visitors has risen in the last several years before the Coronavirus pandemic.

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001348581.pdf>

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

図表 I-9 訪日外国人旅行者の内訳 (2021年 (令和3年))



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入しているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

図表 I - 14 地域別の訪日外国人旅行者数とシェアの推移

国・地域	2018年		2019年		2020年	
	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア	訪日者数	シェア
アジア	2,637万人	84.5%	2,637万人	82.7%	332万人	80.6%
東アジア	2,288万人	73.4%	2,236万人	70.1%	260万人	63.1%
東南アジア	333万人	10.7%	383万人	12.0%	69万人	16.8%
欧米豪	363万人	11.7%	357万人	11.2%	59万人	14.3%
その他	120万人	3.8%	194万人	6.1%	21万人	5.2%

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001408959.pdf>

- The drastic reduction of foreign visitors was mainly caused by the fall of the visitors from the east Asia (China, Taiwan , Korea).

図表 I - 15

訪日外国人旅行者による消費額の推移

年	訪日外国人旅行消費額
2012年(平成24年)	1兆846億円
2013年(平成25年)	1兆4,167億円
2014年(平成26年)	2兆278億円
2015年(平成27年)	3兆4,771億円
2016年(平成28年)	3兆7,476億円
2017年(平成29年)	4兆4,162億円
2018年(平成30年)	4兆5,189億円
2019年(令和元年)	4兆8,135億円
2020年(令和2年)	7,446億円

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注1：2017年(平成29年)までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年(平成30年)からこうした旅客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年(平成30年)以降と2017年(平成29年)以前の数値との比較には留意が必要である。

注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年(令和2年)4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査は中止となった。2020年(令和2年)1-3月期の調査結果を用いて2020年(令和2年)年間値を試算したため、2020年(令和2年)と2019年(令和元年)以前の数値との比較には留意が必要である。

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001408959.pdf>

- Foreigners' consumption in Japan reached a peak (0.5 billion yen) in 2019, followed by a sudden decline caused by the coronavirus pandemic.
- However, the consumption per visitor has started to decline, which suggests that more visitors tend to stay in Japan for shorter periods than before.

図表 I - 17

国籍・地域別にみる訪日外国人旅行者1人当たり費目別旅行支出（2019年（令和元年））

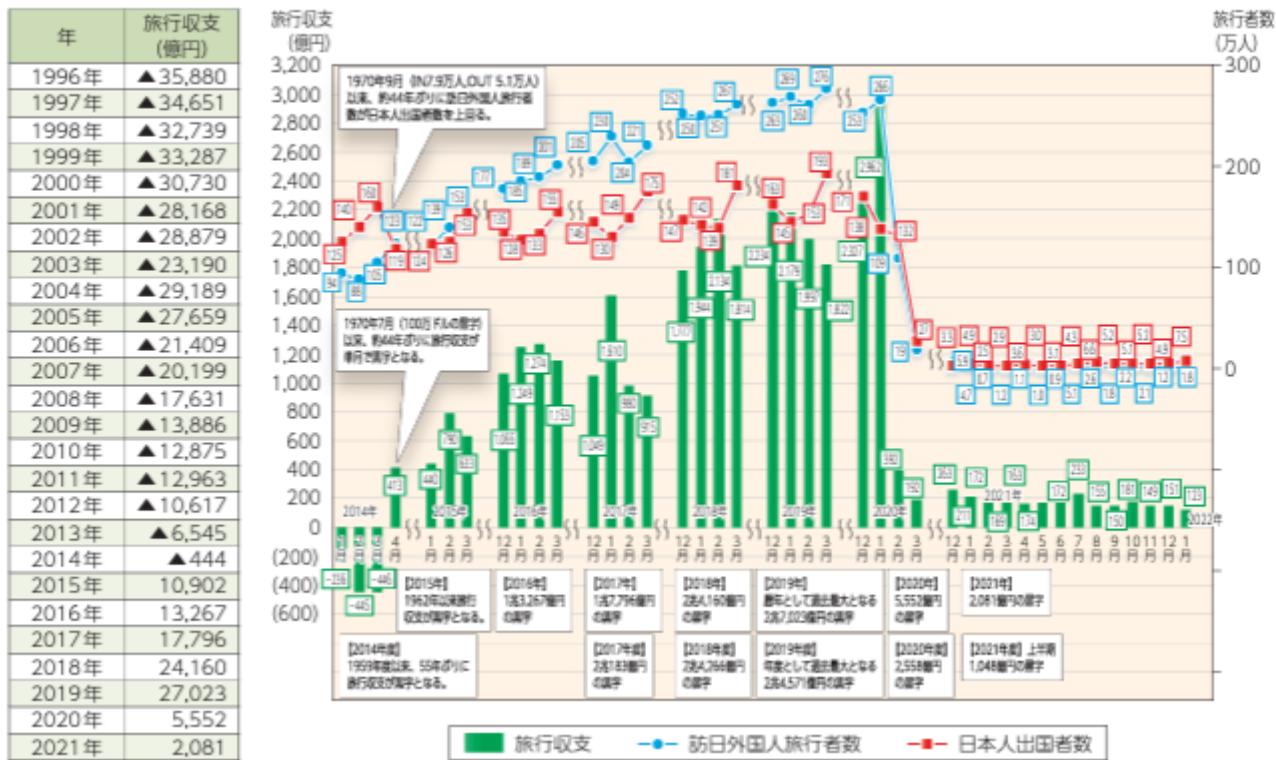
国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出(円/人)								平均泊数
	総額		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他	
		前年比							
全国籍・地域	158,531	+3.6%	47,336	34,740	16,669	6,383	53,331	73	8.8
韓国	76,138	-2.5%	25,412	21,132	7,823	3,742	17,939	89	5.1
台湾	118,288	-7.3%	32,814	26,258	13,419	4,267	41,502	27	6.1
香港	155,951	+0.9%	46,183	36,886	16,208	4,419	52,176	80	6.1
中国	212,810	-5.4%	45,217	36,631	15,233	6,914	108,788	26	7.5
タイ	131,457	+5.7%	38,477	30,340	15,184	4,526	42,550	380	8.8
シンガポール	173,669	+0.5%	63,463	43,167	19,176	5,256	42,402	204	7.5
マレーシア	133,259	-3.2%	44,865	31,777	17,539	5,458	33,510	110	9.5
インドネシア	131,087	-7.3%	45,112	26,955	19,879	4,690	34,387	63	12.3
フィリピン	107,915	-11.5%	30,622	26,921	11,917	5,335	33,070	50	20.9
ベトナム	177,066	-6.0%	48,861	46,241	18,076	5,081	58,780	27	36.1
インド	157,244	-2.6%	73,588	33,073	21,826	4,756	23,988	12	16.5
英国	241,264	+9.2%	102,944	62,101	33,557	22,091	20,506	64	12.0
ドイツ	201,483	+5.1%	89,748	49,104	31,357	7,783	23,464	27	14.1
フランス	237,420	+10.0%	100,136	59,608	35,846	11,029	30,801	0	17.1
イタリア	199,450	-10.8%	83,623	52,253	32,424	6,291	24,804	55	12.7
スペイン	221,331	-6.7%	90,552	58,116	37,432	9,911	25,288	32	13.3
ロシア	183,015	-2.8%	65,491	45,586	19,627	8,491	43,778	43	18.8
米国	189,411	-1.1%	83,125	48,279	26,014	8,692	23,218	83	12.4
カナダ	181,795	-0.8%	75,569	45,664	28,809	8,744	22,970	40	12.0
オーストラリア	247,868	+2.4%	99,537	62,130	35,997	18,540	31,663	0	12.9
その他	221,514	+10.9%	85,386	54,252	33,096	13,013	35,596	171	16.3
クルーズ客	39,710	-10.2%	0	1,258	440	111	37,899	2	0.6

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001348581.pdf>

- Visitors from Asia tend to stay shorter than visitors from Europe and America.
- Korean visitors stay for 4 days and spend 76,000 yen on average.
- Visitors from Europe and America stay for 13 days and spend 180,000 yen to 240,000 yen on average.

図表I-19 旅行収支、訪日外国人旅行者数と日本人出国者数の推移



<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

- Travel account turned from deficit to surplus in 2015.
- Now Japan's tourism industry contributes to the current account surplus, even after the coronavirus pandemic started.
- Even though there are more Japanese citizens going abroad than the foreign visitors in 2021, consumption by foreigners in Japan is still larger than consumption by Japanese abroad, which results in positive travel account surplus.

コラム図表 I - 3 - 1 訪日外国人旅行者数と為替レートの相関

	韓国	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	インド	英国	ドイツ	フランス	ロシア	米国	カナダ	オーストラリア
相関係数 (3ヶ月ラグ)	-0.20	0.12	0.05	0.31	-0.04	0.03	0.00	-0.12	-0.03	-0.21	-0.20	0.37	-0.24	-0.21	-0.12
p値	0.093	0.307	0.690	0.009	0.728	0.800	0.987	0.330	0.834	0.086	0.094	0.002	0.045	0.077	0.330
相関係数 (6ヶ月ラグ)	-0.33	0.16	0.02	0.44	-0.08	0.08	0.09	-0.08	0.05	-0.11	-0.13	0.23	-0.14	-0.11	-0.11
p値	0.006	0.196	0.845	0.000	0.527	0.525	0.454	0.513	0.690	0.368	0.309	0.058	0.261	0.372	0.375

は5%水準で有意であることを示している。

資料：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」、Bloombergデータから観光庁作成

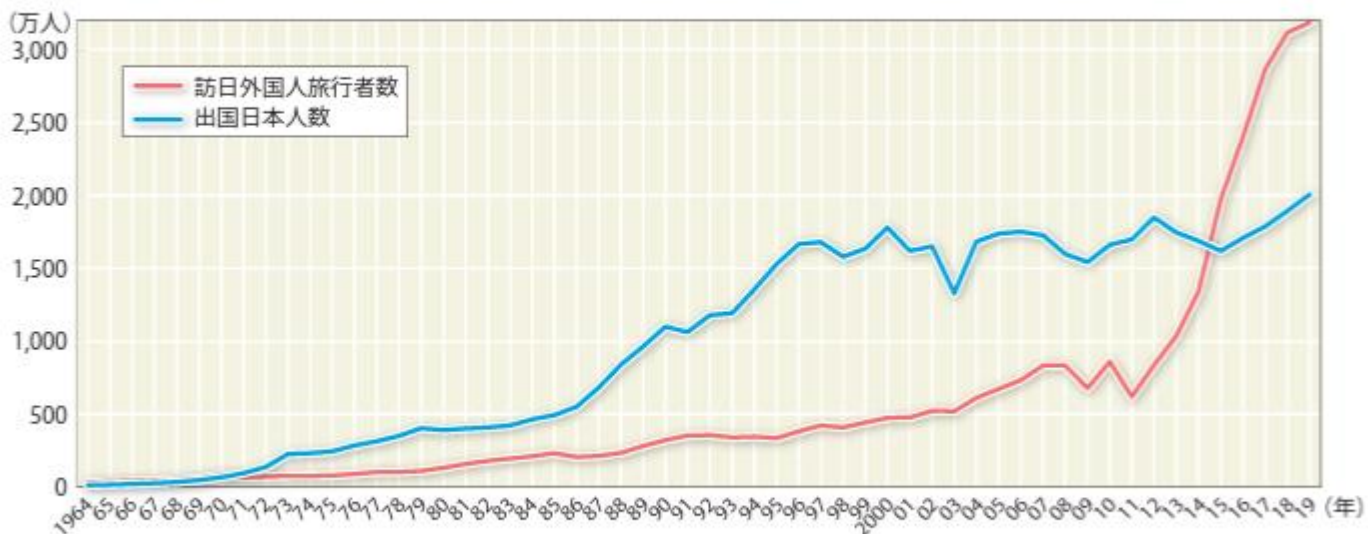
注1：2011年(平成23年)7月～2017年(平成29年)12月のデータを活用した。

A study from 2011 to 2017 suggests:

- There is no significant positive correlation between the appreciation of visitors' domestic currencies and the numbers of visitors.
- The weak yen does not explain the current rise in the number of foreign visitors to Japan.
- Asian currencies move into the same direction as Japanese Yen?

図表 I - 26

訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移

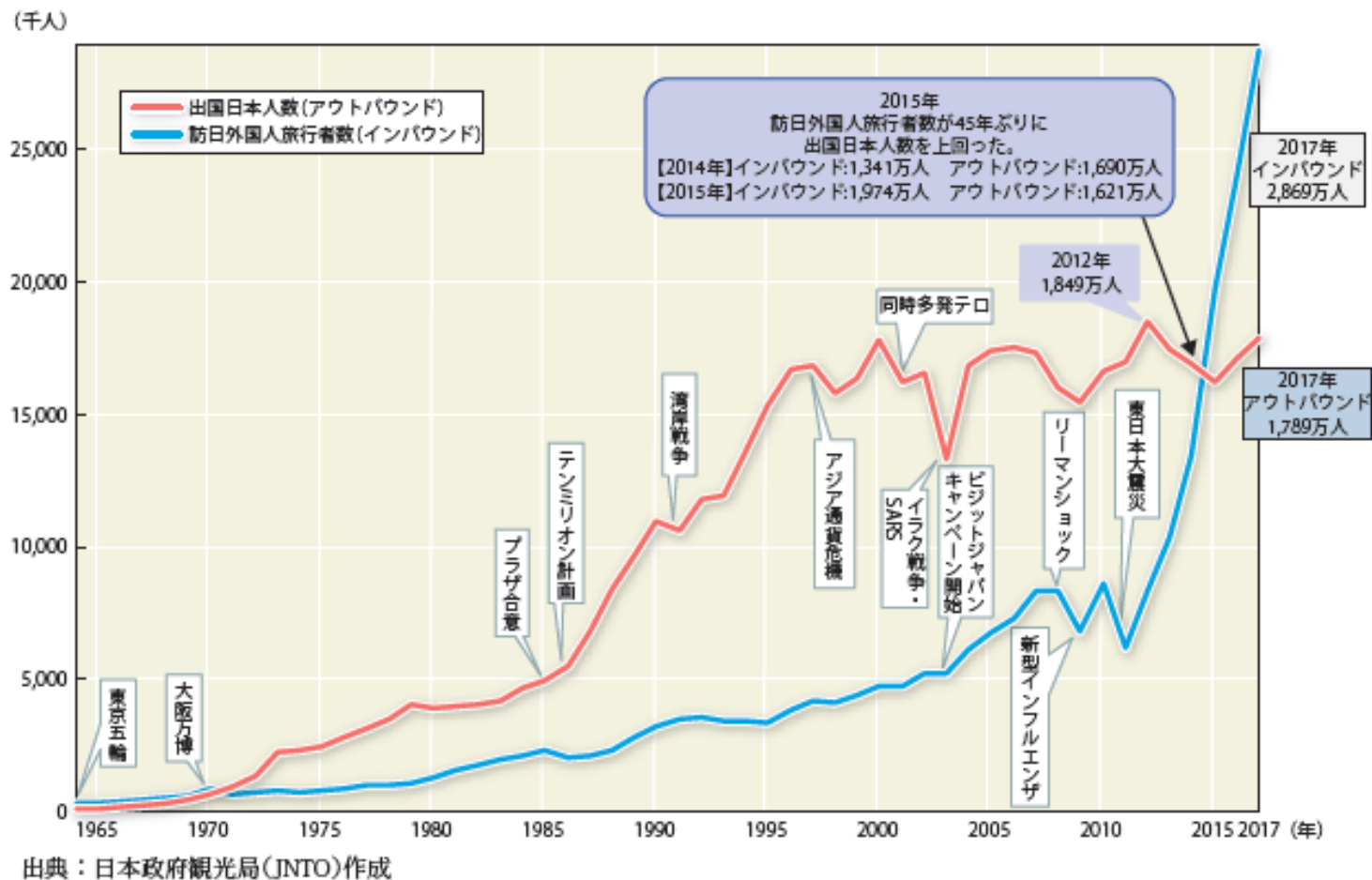


資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001348581.pdf>

The number of foreign visitors to Japan turned larger than the number of the Japanese going abroad in 2015.

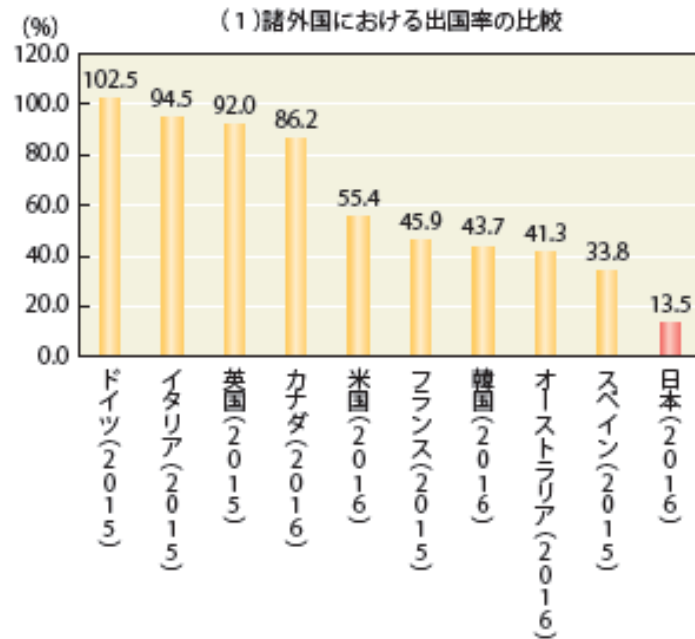
コラム図表 I-4-1 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移



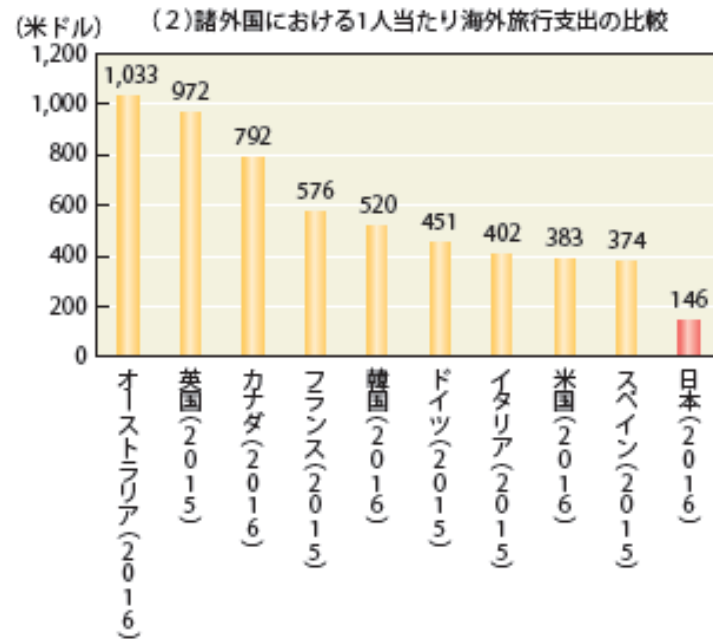
- The number of Japanese citizens going abroad steadily increased until 1990s, while it has stagnated since then.
- The rise in foreign visitors suddenly occurred in the last decade.

コラム図表 I-4-2

諸外国における出国率の比較、諸外国における1人当たり海外旅行支出の比較



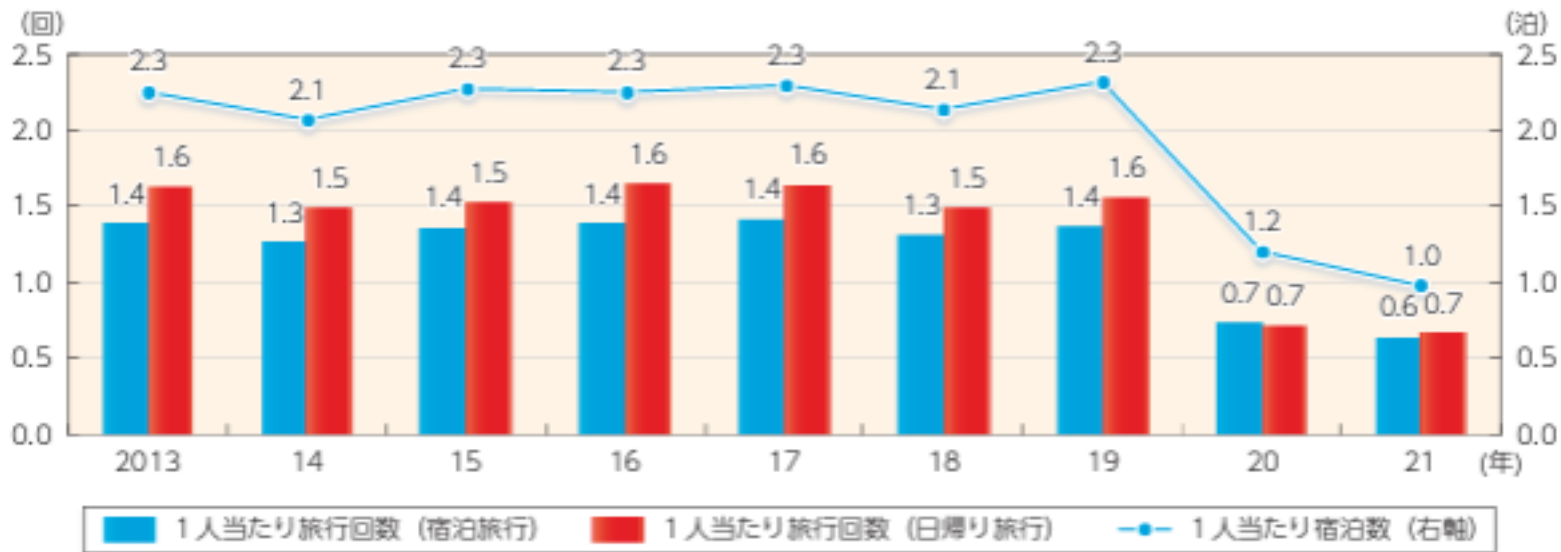
出典：OECD Statに基づき観光庁作成



出典：OECD Statに基づき観光庁作成

Japanese citizens go abroad less often than foreigners, which is reflected by the low average expenses in travelling abroad.

図表I-20 日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移

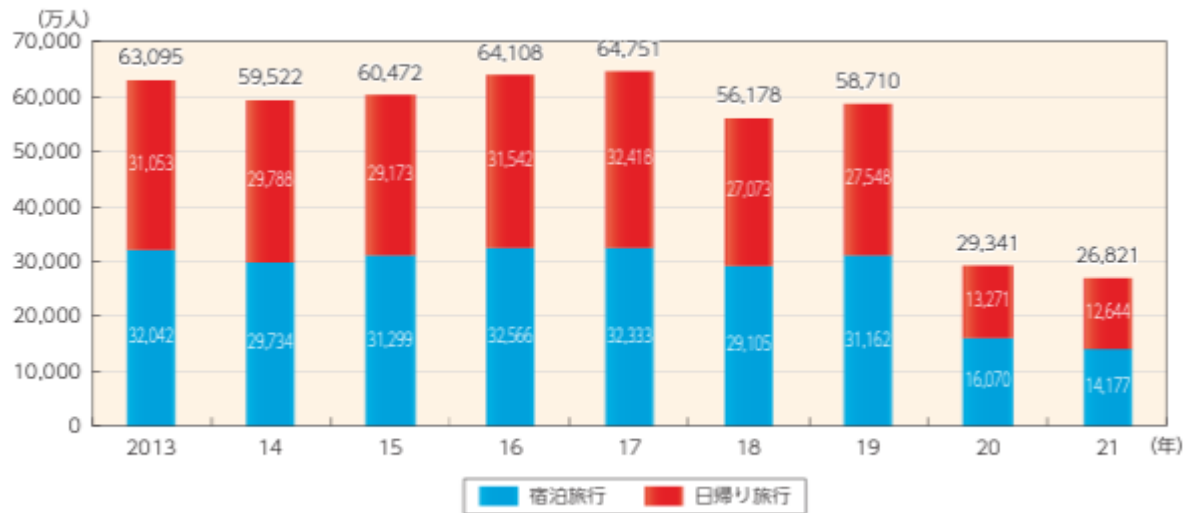


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

- Average Japanese people travel within Japan only once a year with two-night stay on average.
- However, the coronavirus pandemic reduced the average # of stays to less than one day.
- Coronavirus also made average times of both night-stay trips and one-day trip less than one.

図表I-21 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

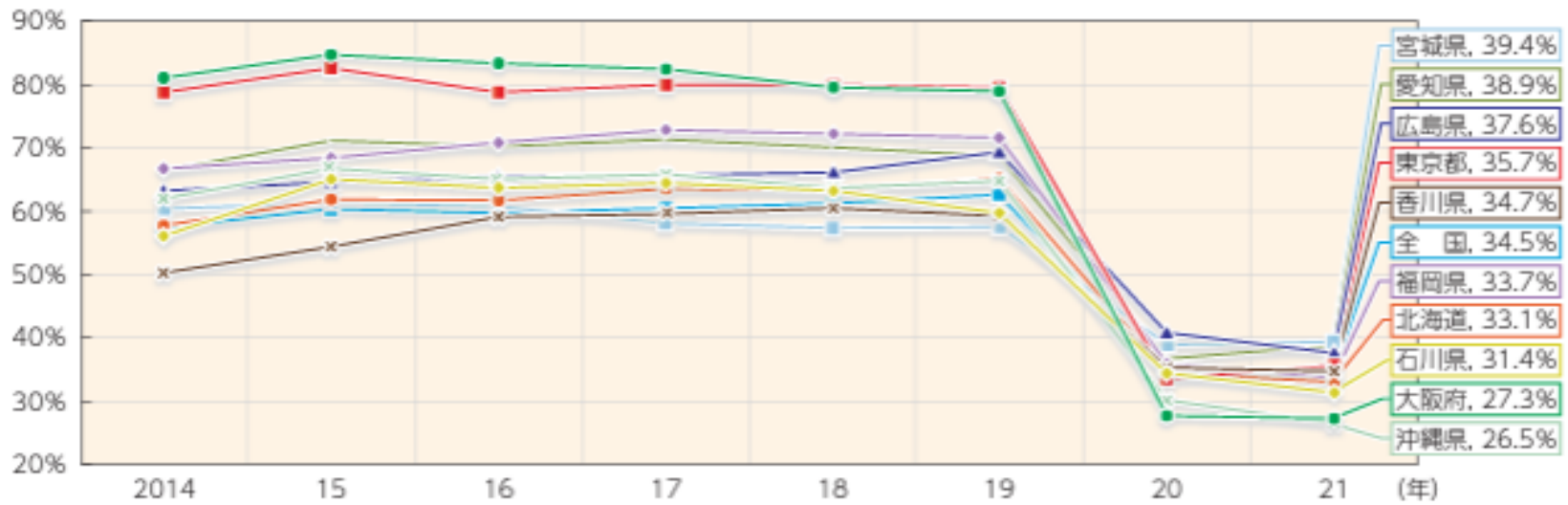


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

Even before the corona came, the number of Japanese citizens making domestic travels has been stagnating, reflecting the reduction in the personal disposable income (?).

図表I-25 客室稼働率の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」
 注1：2021年（令和3年）は速報値。

<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001512919.pdf>

- Before the coronavirus came, the **hotel occupancy rate** was steadily rising not only in urban area but also in rural regions.
- The hotel occupancy rate has been higher in urban area; Osaka, Tokyo, Fukuoka, and Aichi., than rural areas under usual circumstances.
- However, the hotel occupancy rate in Osaka reached the bottom during the coronavirus pandemic.

図表II-4 観光産業がGDPに占める割合と雇用（観光収入上位25カ国）＝（2014年（平成26年））

	GDPへの寄与				雇用への影響			
	直接効果 (10億米ドル)		直接効果+間接効果 (10億米ドル)		直接効果 (万人)		直接効果+間接効果 (万人)	
世界全体	2,365	3.1%	7,581	9.8%	10,541	3.6%	27,685	9.4%
米国	458	2.6%	1,403	8.1%	530	3.6%	1,365	9.3%
スペイン	78	5.6%	214	15.5%	87	5.0%	265	15.3%
中国	263	2.5%	943	9.0%	2,316	3.0%	6,609	8.6%
フランス	103	3.6%	255	9.0%	113	4.1%	271	9.9%
マカオ	27	48.2%	53	94.6%	18	47.9%	32	85.7%
イタリア	88	4.1%	217	10.1%	108	4.8%	255	11.4%
英国	102	3.4%	310	10.4%	189	5.7%	423	12.7%
ドイツ	145	3.7%	343	8.9%	284	6.7%	498	11.7%
タイ	32	7.9%	72	17.8%	221	5.8%	538	14.1%
香港	26	8.9%	64	22.0%	36	9.7%	75	19.8%
オーストラリア	39	2.7%	146	9.9%	51	4.4%	142	12.2%
トルコ	38	4.8%	96	12.0%	58	2.2%	213	8.2%
マレーシア	19	5.8%	50	15.3%	72	5.3%	177	13.0%
オーストリア	21	4.8%	59	13.5%	23	5.3%	62	14.5%
インド	41	2.0%	126	6.1%	2,302	5.5%	3,670	8.7%
シンガポール	32	10.4%	66	21.4%	221	5.8%	438	11.5%
日本	112	2.4%	343	7.5%	115	1.8%	444	7.0%
韓国	29	2.1%	82	5.8%	63	2.4%	162	6.3%
ギリシャ	16	6.8%	39	16.5%	34	9.5%	70	19.4%
カナダ	21	1.2%	80	4.5%	46	2.6%	108	6.0%
スイス	15	2.1%	53	7.6%	15	3.0%	47	9.6%
メキシコ	87	6.7%	189	14.6%	369	7.4%	786	15.7%
オランダ	17	1.9%	49	5.6%	45	6.3%	71	9.8%
台湾	11	2.1%	29	5.5%	28	2.5%	68	6.1%
ベルギー	12	2.3%	32	6.0%	12	2.5%	29	6.4%

G7 抜粋（観光収入順）

	GDPへの寄与				雇用への影響			
	直接効果 (10億米ドル)		直接効果+間接効果 (10億米ドル)		直接効果 (万人)		直接効果+間接効果 (万人)	
米国	458	2.6%	1,403	8.1%	530	3.6%	1,365	9.3%
フランス	103	3.6%	255	9.0%	113	4.1%	271	9.9%
イタリア	88	4.1%	217	10.1%	108	4.8%	255	11.4%
英国	102	3.4%	310	10.4%	189	5.7%	423	12.7%
ドイツ	145	3.7%	343	8.9%	284	6.7%	498	11.7%
日本	112	2.4%	343	7.5%	115	1.8%	444	7.0%
カナダ	21	1.2%	80	4.5%	46	2.6%	108	6.0%

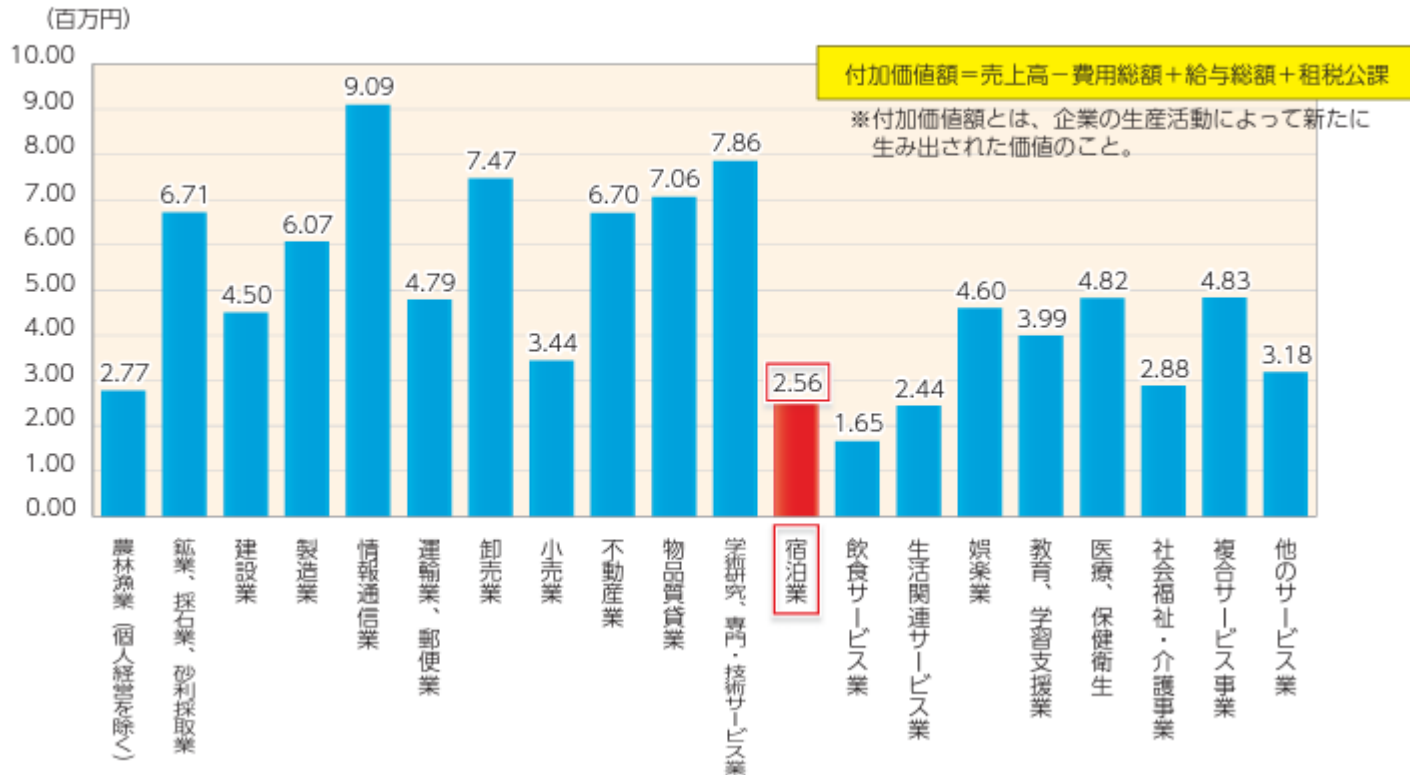
資料：WTTC(World Travel & Tourism Council, 世界ツーリズム協議会)、UN(国連)資料に基づき観光庁作成

注1：直接効果とは観光客の直接の消費によって生まれる付加価値（売上－中間投入＝粗利益）であり、間接効果は原材料の仕入れ等によって生じる消費による効果及び従業員の給与によって生じる消費による効果、民間投資、政府支出としている。

Japans' government says:

- The GDP share of tourism is from 2 to 4%.
- The GDP share of tourism is 2.4% in Japan, which is relatively low in G7 countries.
- The indirect effect through the multiplier is from 4 to 6% for G7 countries.
- As a total, the direct and indirect effect of tourism on GDP is from 4 to 10%.

図表Ⅱ-23 労働者1人当たり付加価値額(労働生産性)



<https://www.mlit.go.jp/common/001149497.pdf>

- **Labor productivity** is the value added created by that sector = value added / #employers.
- Highly productive sectors: information and communication, R&D, real estate, leasing, and wholesale.
- Lowly productive sectors: restaurants, social welfare, medical health care, entertainment, and **tourism**.

DISPERSING HOLIDAYS

Tourism Concentrated

- There are four major holiday weeks.
 - Spring 29 – May 5 “Golden Week”
 - A week including August 15 “O-Bon”
 - A week in September including Respect-for-the-Aged Day (3rd Monday) and Autumn Equinox Day (23).
 - Year-end and new year (December 29 – January 3)
- There are many three-day weekends.
- Domestic tourists concentrate on these consecutive holidays, which makes tourist sites enormously crowded.
- If holidays were dispersed by regions, tours would be more comfortable.

Complicated Holiday Rule

- There are too many national holidays.
 - At least one a month
 - A new holiday is created in August. “Day for Mountains”
- Some holidays are rescheduled to specific Mondays.
 - Coming of Age Day (1/15 -> 3rd Monday of January)
 - Respect for the Aged Day (9/15 -> 3rd Monday of September)
- If a national holiday falls on a Sunday, the next Monday is a holiday.
- A day sandwiched by two national holidays is a “nation’s holiday.”
- Former emperors’ birthdays remain as holidays (like April 29 and November 3).

Why is the rule so complicated?

- In most stable jobs (with permanent contract), workers are allowed to take paid holidays of 20 at maximum.
- Japanese workers hesitate to individually request holidays to their employers, because your boss would evaluate you by counting how often you are absent from offices, rather than how creative you are.
- This is a coordination failure, to be mediated by the government.
- The government selects at least one day a month as a holiday (except for June), on which employees can take a leave without worrying about promotion and job security.

Dispersing Holidays

- Yoshiro Hoshino, CEO of Hoshino Resort Corporation, argues that the concentrated holiday weeks should be dispersed.
- In some Western countries, summer holidays are dispersed by regions.
- However, it would be even better to reduce compulsory national holidays and encourage employees to take vacation based on their own choice.

休暇取得の分散化

- 国内旅行は約20兆円の市場であるが、休日がGW等の一定期間に集中するため繁閑の差が大きく、顕在化しない内需が多い。
- 「財政出動を伴わない成長戦略」として、休暇分散化による需要の創造・平準化を通じ、地域経済の活性化、サービスの向上、雇用の安定化など幅広い効果の実現を目指す。

休暇取得分散化に向けた取組方策の例

○観光立国推進本部・休暇分散化ワーキングチームにおいて、休暇取得の分散化に向けた具体策を検討。

A
案

春の大型連休の分散

みどりの日(5月4日)、こどもの日(5月5日)、成人の日(1月の第2月曜日)を一つのまとまりとして、地域ブロック別に分散。

※現行の祝日はそれぞれ記念日として残す。

【GWの地域別分散のイメージ】2010年5～6月の例

	日	月	火	水	木	金	土
5月	2日	3日 憲法記念日	4日 現行の祝日(休日ではない)	5日 現行の祝日(休日ではない)	6日	7日	8日
	9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日
6月	16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日
	23日	24日	25日	26日	27日	28日	29日
	30日	31日	1日	2日	3日	4日	5日
	6日	7日	8日	9日	10日	11日	12日

※分散する時期を全体で2.5週とする方策例も検討

B案

秋の大型連休の創設

ハッピーマンデーのうち、「海の日」、「敬老の日」、「体育の日」を従来の日に記念日として戻しつつ、休日については、観光、スポーツ、文化活動等に適した秋の時期に地域ブロック別に分散。

【秋の大型連休の創設イメージ】2010年9～10月の例

	日	月	火	水	木	金	土
9月	26日	27日	28日	29日	30日	1日	2日
	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日
10月	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日
	17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日
	24日	25日	26日	27日	28日	29日	30日

※分散する時期を全体で2.5週とする方策例も検討

Long-Stay Holidays?

- If vacations are dispersed by employees' own decision, then people can stay longer than now at mountain and water resorts, like in Europe.
- Long stay holidays will drive tourism industries toward growth.



Dolomite, Italy, 2011



Pesaro, Italy, 2009

民泊 (minpaku, AIRBNB) 1

- The large devaluation of the Yen has made Japan more attractive for foreign visitors.
- The number of foreign visitors have doubled since 2012, which has made it difficult to book hotels in large cities of Japan.
- Foreign visitors tend to search for cheap accommodations (like AIRBNB) available on the Internet.
- Local landlords are willing to supply their real estates for temporary rental use by foreign visitors who are willing to pay more.

民泊 (minpaku, AIRBNB) 2

- The government has started to discuss deregulation on hotels.
 - Japan's hotels have been strictly regulated in order to maintain the quality standards such as sanity and security.
 - However, the deregulation might increase
 - Tensions between local residents and foreign visitors.
 - Crime hazards in local communities.
 - Shortage for local apartments and hikes in the rents.
- Minpaku – The Japan Times:
 - <http://www.japantimes.co.jp/tag/minpaku/>