

# 日本人海外旅行マーケット50年史概観

磯 貝 政 弘

## The overview on the history of Japanese overseas travel market for the last 50 years

Masahiro ISOGAI

**要 旨：**本稿は1964年の海外観光旅行自由化を起点とする50年間の日本人海外旅行の歴史を、日本人海外旅行マーケットの成長過程を4期に区分し、それぞれの期間における旅行者、旅行業界の動向をそれぞれの時期の社会環境との関連性において概観するものである。

具体的には、高度経済成長とともに急速に発展したものの、本格的な大衆化にはまだ遠かった第1期（1964年～1973年）、第一次オイルショックを契機に経済が低成長期に転じたものの先の期間で出来上がった経済的基盤の上に高度消費社会へと進展した第2期（1974年～1985年）、1985年のプラザ合意で急速に進展した円高ドル安を引き金に本格的な海外旅行大衆化が進んだ第3期（1986年～1996年）までは日本の経済成長および為替レートと深い相関性をみせていた日本人海外旅行マーケットが、グローバル経済の波が本格的に日本に波及した第4期（1997年～2013年）になると、そうした一連の経済指標との関連性を失う過程を、法務省「出入国管理統計」および「JTB レポート」の独自アンケート調査資料など定量データと旅行業界専門紙「週刊トラベルジャーナル」、JTB 社史などの記事を参照し、論考している。

また、最終章では今後の日本人海外旅行マーケットの再成長を図るための政策と統計資料に関する課題を提起している。

**キーワード：**日本人海外旅行、海外旅行大衆化、グローバル化（グローバル経済）、定量データ、統計の課題

### はじめに

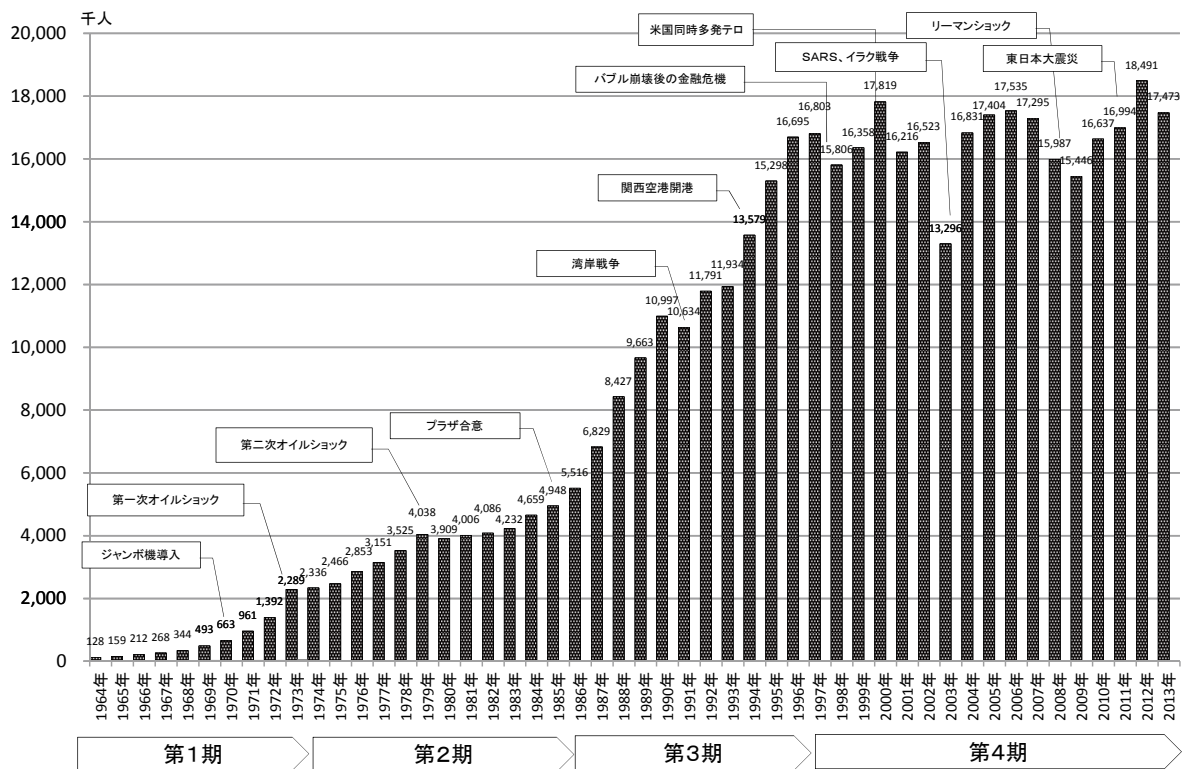
1964年に戦後初めて海外観光旅行が自由化されて50年が経過した。この間の日本人出国者数の推移を追うと、各年の成長率の違いによって、以下のように大きく4つの期間に区分することができると考えられる。（図0-1）

#### 第1期：経済とともに海外旅行マーケットも急成長を遂げるも、歴史的には黎明期

第1期は1964年から1973年までのほぼ10年間である。高度経済成長が第一次オイルショックで終わり、日本円が変動相場制へと移行するまでのこの期間に、日本人出国者数は127,749人（1964年実績。ただし、4月から12月までの9か月計である）から2,288,966人（1973年の暦年計）へと急増した。日本人海外旅行者数のこの間の年平均伸率は、実に+39.6%（4月から12月までの実績しか存在しない1964年の数値を除外して算出した）に達する。

#### 第2期：低成長からの回復と高度消費社会化への盛り上がり

第2期は、1974年から1985年。オイルショック後の不況を乗り切った日本企業が欧米市場での優位を回復し、次第に欧米（特に米国）との貿易摩擦が深刻化した時期であり、国内的には消費文化が開花しはじめた時期。区切りとなるのは1985年の「プラザ合意」でドル安（円高）誘導政策が導入され、日本人海外旅行マーケットが再び高成長へと転ずるまでの10年余りの期間。この間に日本人出国者数は2,335,530人から4,948,366人へと倍増したものの、年平均伸率は+6.6%にとどまった。



資料：法務省「出入国管理統計」より作成

図0-1 日本人出国者数の推移と4つの期間区分

### 第3期：日本人海外旅行マーケットの最盛期

円高ドル安が急激に進行するなかで海外旅行の低価格化が進むのと並行して、輸入促進策としての様々な内需拡大策が実施されたほか、労働時間短縮、長期休暇取得が官民一体となって展開された1986年から1996年あたりまでの期間。日本人出国者数は年平均伸率+11.7%と再び急増した。そして、1987年に当時の運輸省が策定した「海外旅行倍増計画（テン・ミリオン計画）」の目標よりも1年早い1990年に日本人海外旅行者数は1,000万人の大体に到達した。

### 第4期：低迷する日本人海外旅行マーケット

時期によって成長力に差異はみられるものの常に右肩上がりの成長を続けてきた日本人海外旅行マーケットが、はじめて迎えた低迷期。ソ連の崩壊による冷戦体制の終焉を経て、グローバル資本主義が台頭するなか、山一證券、北海道拓殖銀行など大手金融機関が経営破綻した1997年を境に日本人出国者数の伸びは止まった。1997年から2013年までの日本人出国者数の年平均伸率は+0.3%と、ほとんど横這い状態になった。

日本人海外旅行の歴史研究は、海外旅行という活動を通して日本人の“生活意識”、“幸福観”の変化とその現代的な意義を知るうえで重要であると同時に、その背景にある政治、経済、社会心理や国際関係を考察するための貴重な資料を提示する研究でもあったと考えられる。

しかし、日本人海外旅行に関するこれまでの研究論文や統計資料は非常に限定的であることは否めない。また、自国に経済的利益をもたらす「インバウンド」については、世界的にみても論考、統計資料ともに一通り出揃っているが、経済的利益の国外流出にほかならない「アウトバウンド」に関する論考、統計資料に対する関心は世界的にも薄い。

こうした制約があるなかで、本研究は本格的な研究を今後進めるための課題整理を第一義とするものである。

なお、本研究で使用した主たる資料は次のとおりである。

## (1) 統計資料

### ①法務省「出入国管理統計」

1964年から1967年までの統計には沖縄への渡航者が含まれている。総数からその分を差し引いた数値は算出できるが、公表資料から性別・年齢層別に人数を集計することはできない。そのため、性別・年齢別に日本人出国者数を分析する場合、1964年から1967年までの数値を除外している。

また、2001年3月末で日本人の出入国カード（EDカード）が廃止されたため、2001年以降の行先別日本人出国者数は本統計から除外されている。

### ②各国政府観光局による入国日本人数統計

国によって統計基準が異なっており、ホテル宿泊者数が基準となっているヨーロッパ各国の統計数値は原則として本稿では使用していない。

### ③「海外旅行実態調査」

### ④「海外旅行志向調査」

③、④ともに「JTB レポート」を主として構成する独自アンケート調査。③は1995年から毎年実施されており、④は1989年から毎年実施されている。2001年までの実施主体は財団法人日本交通公社（現在の公益財団法人日本交通公社）、2002年以降は株式会社ツーリズム・マーケティング研究所（現在の株式会社 JTB 総合研究所）。

### ⑤外務省「海外在留邦人数調査統計」

## (2) 参考文献

### ①トラベルジャーナル社「週刊トラベルジャーナル」

1964年創刊の旅行業界専門紙。

### ②「JTB レポート」

1989年創刊の日本人海外マーケット動向を分析する株式会社ジェイティービー（「JTB レポート2003」からは株式会社ツーリズム・マーケティング研究所、株式会社 JTB 総合研究所）が発行する年次レポート。

### ③「日本交通公社70年史」、「JTB グループ100年史」

## 第1章 戦後日本人海外旅行マーケット成立への助走期間としての第1期・第2期

### 1. 黎明期としての第1期

現代日本社会の骨格となる構造が出来上がったのは、1960年代の「高度経済成長期」であったことは誰もが認めるところであろう。海外旅行を含めた観光・レジャー目的の旅行が広く日本人の生活の中に定着するようになったのも、この期間の経済的成果によって確立された社会的な基盤に負うところが大きい。

社会学者の見田宗介は、その著書『社会学入門－人間と社会の未来』において、1960年代に起こった社会構造の変化を次のように整理している。

第一に、当時農民の圧倒的多数を占めていた小農民への保護を打ち切ることによる、公共投資の工業開発への集中であり、第二に、「貧農切捨て」による、大量の賃金労働者、およびその予備軍の創出【①学稼離村＝都市流入者、および②留村脱農＝新産業都市等への通勤者】であり、第三に、巨大資本による地域・農業部門の掌握・再編成【①生産・生活手段の市場として（農薬農業化、等々）、②流通・加工過程の掌握】<sup>(1)</sup>

すなわち「高度経済成長にとって直接に必要な、①資本、②労働力、③市場、の三者の一举の形成」<sup>(1)</sup>であった。

農村に存在した共同体の解体と引き換えに成し遂げられた経済成長から、大多数の日本人は“豊かさ”を実感することができた。こうした“豊かさ”に当時の日本人が「幸福感」を感じることができた理由を見田は次のように整理している。

(1)「衣、食、住」が一応の充足を得られたこと。

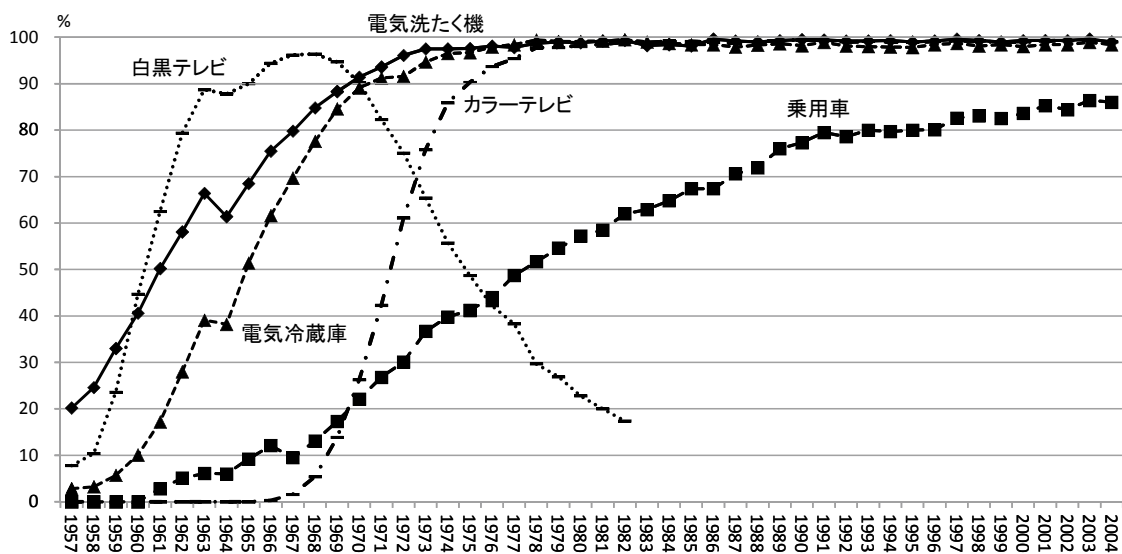
(2) 戦中から戦後にかけての貧しさと悲惨の記憶が未だ新しかったこと。

- (3) 人口構成的に、戦後期のベビーブーマーが思春期、ハイティーンという、幸福感受性の高い年齢にあったこと。
- (4) 第四に古い共同体が解体し「近代核家族」という新しい自由な愛の共同体は成立したこと。
- (5) 当時の日本の経済成長がボトムアップと階層の平準化に向かう方向で機能したこと。
- (6) 1950年代にアメリカで成立した「消費資本主義」（「大衆の幸福と経済繁栄が好循環するという形式」）がちょうどこの時期の日本で成立したこと<sup>(2)</sup>。

大衆的な幸福感、大衆的な夢がどのようなかたちで実現されていったのか。それを象徴的に示す事例を知るためには、「三種の神器」と呼ばれた電気冷蔵庫、電気洗濯機、テレビが60年代を通じて急速に普及していったことをみただけで十分だろう。（図1-1-1）

このような時代を背景にして、豊かさ、幸福感を具体的に表象する活動のひとつとして海外旅行は多くの日本人の垂涎的となっていたと考えられる。そして、そうして形成されていった海外旅行イメージが、先の時代において一気に実体化されることになる。海外旅行史「第1期」とは、多くの日本人が戦後の混乱と困窮の中で忘却していた海外旅行という“楽しみ”の価値を再発見する余裕が生まれた時代であり、海外旅行史上では「黎明期」に位置づけられるべきものであると考えられる。

為替レートが1ドル=360円で固定されていたうえに、1回の旅行で持ち出せる外貨が制限されていた時代的な条件を顧みれば、ようやく「中流」の生活を獲得できたという意識を持つことができるようになった当時の大多数の日本人にとって、海外旅行はまだまだ“高嶺の花”であった。そして、そうした人々の夢は「兼高かおる 世界の旅」（1959年～1990年、TBS）などの良質なテレビ番組に託された。



資料：内閣府「消費動向調査」

図1-1-1 耐久消費財の世帯普及率

大多数の日本人にとって海外旅行は「高嶺の花」であったとはいえ、日本人出国者数は1964年から1973年まで平均して年率+39.6%という驚異的な成長を続けた。こうした時代の雰囲気をもよく伝える記事が、1964年に創刊された『週刊トラベルジャーナル』のバックナンバーに散見される。

- ・「嫌われる日本人と旅行業者の責任」（1973年6月25日号）
- ・「“それでもあなたは日本人か！” 日本人旅行者にクレーム続出」（1973年7月16日号）
- ・「ツアコンのためのメニュー教室」（1973年6月25日号から同年8月27日号まで連載）

海外旅行先で異文化との出会いに戸惑う日本人旅行者の様子が垣間見える点で、同紙の研究対象としての重要性をここで特記しておきたい。

## 2. オイルショック後の低成長期に進展した高度消費社会化と海外旅行の大衆化

続く第2期（1974年～1985年）は、1973年の為替変動相場制への移行、第一次オイルショックを契機に、日本の高度経済成長が終了したところから始まる。

第2期の前半には、1977年から78年にかけて進行した円高（1978年末に一時的に1ドル＝180円を突破）によって輸出産業が大きな損失を蒙ったことに起因する円高不況が起こった。しかし、この危機が様々な企業努力、イノベーションによって乗り越えられると、国際的には日本の製造業による海外市場の席巻が始まり、国内では高度な消費社会が一気呵成に花開く状況となった。

しかし、第2期の日本人出国者数は、第1期を大きく下回る年平均＋6.6%の比較的穏やかな成長にとどまり、実数においても年間500万人を超えることはなかった。

ところで、この時代にも次の時代への扉を開く社会基盤が用意されている。それが顕在化するのは1980年代前半になるが、それは消費行動の動機となる欲望の変化である。1960年代の高度経済成長期の消費行動が、産業システムの外部に存在する欲望によって動機づけられる、ある意味で素朴なものであったのに対して、その頃に起こった革命的变化とは、消費の動機が「産業システムが自ら創出し、維持し、操作する欲望」へと移行したことである<sup>(3)</sup>。

そのことを象徴する最も代表的な事例は、西武が1973年に開業したパルコを核として推進した渋谷公園通り再開発であろう。この再開発の戦略的意図は、吉見俊哉が『ポスト戦後社会』で指摘するところによれば、「都市空間のセグメント化」と「都市のステージ化」による「開発地域に対し、異化的な距離を持ち込んで都市空間を非日常化することであった」<sup>(4)</sup>。

そうした時代の雰囲気を取り返る好古の事例として、非日常化した都市空間を舞台とするトレンドドラマの1980年代後半から90年代初頭にかけての一大ブームを挙げることができるだろう<sup>(5)</sup>。また、1983年に非日常空間の典型というべき「東京ディズニーランド」が開業したことも、この時代を象徴する出来事の一つとして記憶されるべきものであろう。さらに、1980年に発表された田中康夫の小説『なんとなく、クリスタル』が一大ベストセラーとなったこともここで振り返っておく必要があるだろう。

一方、旅行関連でこの時代ならではの象徴的出来事は、海外への新婚旅行の普及である。

表1-2-1 新婚旅行の行先ベスト3

|       | 1 位     | 2 位     | 3 位      |
|-------|---------|---------|----------|
| 1975年 | 南九州     | 北海道     | 沖縄・奄美    |
| 1976年 | 南九州     | 沖縄・奄美   | 北海道      |
| 1977年 | 沖縄・与論   | 南九州     | ハワイ      |
| 1978年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | 北海道      |
| 1979年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | グアム・サイパン |
| 1980年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | グアム・サイパン |
| 1981年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | グアム・サイパン |
| 1982年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | グアム・サイパン |
| 1983年 | ハワイ     | 沖縄・与論   | グアム・サイパン |
| 1984年 | ハワイ     | オセアニア   | ヨーロッパ    |
| 1985年 | ハワイ     | オセアニア   | ヨーロッパ    |
| 1986年 | ハワイ     | オセアニア   | ヨーロッパ    |
| 1987年 | オーストラリア | ハワイ     | 米国本土     |
| 1988年 | オーストラリア | 米国本土    | ハワイ      |
| 1989年 | ハワイ     | オーストラリア | ヨーロッパ    |
| 1990年 | オーストラリア | ハワイ     | ヨーロッパ    |

資料：JTB ニュースリリース

JTBが調査した新婚旅行の行先として、ハワイへの新婚旅行者数が沖縄・与論、北海道を抜いて初めて1位となると同時に、海外のシェアが国内を初めて上回ったのが1979年である。そして、その翌年からは、新婚旅の行先の人気ベスト3を海外のデスティネーションが独占することになる。(表1-2-1)

## 第2章 日本人海外旅行マーケットの急成長

### 1. 1985年のプラザ合意と円高の進行

日本人海外旅行マーケットが大きく動き出す契機となったのが、1985年9月22日にニューヨークのプラザホテルで開催された先進5か国蔵相・中央銀行総裁会議(G5)で発表された、過度なドル高是正のための合意(プラザ合意)であった。

年間平均で1米ドル=238.1円だった1985年の対米ドル為替レートは、翌年には年間平均で1米ドル=168.0円となった。さらに1988年には年間平均1米ドル=128.2円にまで円高ドル安は進行した<sup>(6)</sup>。プラザ合意の段階では、G5に参加した当時の竹下大蔵大臣が「10%以上の円切上げも辞さない」として合意を積極的に支持していることを考えると、当初の想定を大幅に上回る円高ドル安状況となったことがわかる<sup>(7)</sup>。

想定を超える円高の海外旅行への影響は、当初は円高不況による団体旅行の不振となって現れた。

週刊トラベルジャーナル1986年5月5日号の記事「円高不況で団体販売低迷」はその状況を次のように分析している。

今年に入って海外旅行の“低空飛行”が続いている。全般的な市場動向としては、パッケージツアーをはじめとする個人旅行がまずまずの伸びにあるものの、旅行会社の屋台骨を支える団体旅行が不振。円高不況で企業の旅行意欲にブレーキがかかっているのに加え、参院選が6月に予定されていることもあり、団体旅行需要の冷え込みが顕著な傾向となっている。

一方、当然のことながら、円高は旅行代金や現地費用の低廉化を促し、マーケットの規模を拡大する引き金となることも大いに期待された。

そうした当時の事情がどのように理解されていたのかを知るうえで、関西トラベル同友会が実施したパネルディスカッションにおける株式会社日本交通公社関西営業本部海外・外人旅行主査辰巳勝彦の分析が注目される。それは旅行会社の立場からみたものであるという制約はあるが、円高によって想定されるプラス面とマイナス面が的確に整理されており、大変参考になる。

まず、プラス面としては、「パッケージ商品の価格引き下げ」、「販売価格が接近することによる近間デスティネーション海外(グアム・サイパンなど)への国内からのシフト」、「円高をそのまま享受できるショッピングやオブショナルツアーの魅力」、「特に外資系キャリアのドラスティックな需要喚起策」、「(旅行会社にとっての)為替差益」などが挙げられている。これらに対して、「輸出依存型企業の業績不振による団体のインセンティブ部門、出張など業務渡航の低迷」、「アメリカ人の国内旅行ブームにともなうホテル仕入事情の悪化」、「296円で固定されている日本発航空運賃航空運賃における実勢交換レートとの矛盾」に加え、「為替差益還元に対する消費者パワー」がマイナス面と想定されているが、そのほぼすべてが現実のものとなった。

消費者サイドからの円高差益還元圧力と旅行会社側の思惑が合致したことによって進んだ価格競争で、第3期の日本人出国者数は年平均10%を超える大きな成長を続けた。

### 2. テンミリオン計画

プラザ合意が日本と欧米との間の貿易不均衡解消という目的で成立したことは、第3期を歴史的に考察するうえで重要な事実である。

円高に誘導することで輸出価格を上昇させ、輸出量が抑制される一方で、欧米からの輸入が促進されるという構図を実現することが、プラザ合意において日本に課せられた要求であった。その要求に応えるための具体策のひとつとして、1987年に運輸省が策定したのが「海外旅行倍增計画(テン・ミリオン計画)」である。これが策定された経緯については、『平成2年度 運輸白書』で次のように説明されている。

日本人の海外旅行の促進を図ることは、国際相互理解の増進に役立つだけでなく、受入国においては雇用機会の増大や観光関連産業の発展等による経済振興に資するとともに、我が国及び相手国の国際収支のバランス改善にも寄与するものであることから、相互依存関係の深まる国際社会において我が国の安定的な存立を確保するために極めて重要なものとなっている。

テンミリオン計画が実行されることによって受入国の観光宣伝の強化や地方空港の国際化など、日本人海外旅行の促進策がまず実行されたが、2年目に入った1988年7月には①日本人海外旅行安全対策の充実・強化、②長期連続休暇取得運動の推進強化などの新たな実施項目が加わった。このとき、海外旅行（従業員の慰安旅行や報奨旅行、永年勤続表彰にともなう海外旅行）における税制上の優遇措置も施策に加えられた。海外職場旅行は、1987年1月1日から①2泊3日以内、②使用者負担が50%以上、③対象従業員の50%以上が参加することを条件に非課税になっていたが、1989年4月からは非課税になる条件が3泊4日以内に緩和された。

また、計画と直接の関係があるかどうかは別にして、1988年12月15日からアメリカの無査証入国が実施されたことも、日本の海外旅行促進政策を後押しすることになったと考えられる。

こうしてテンミリオン計画の柱として設定された「1986年に552万人だった日本人出国者数を1991年に1,000万人へと倍増させる」という目標は、計画よりも1年早い1990年に達成されることとなった。

### 3. 海外旅行マーケットで高まる女性のシェア

日本人出国者の男女比をみると、沖縄への渡航者数が統計に算入されなくなった1968年の時点で男性79.9：女性20.1だった。女性のシェアは4年後の1972年には24.3%に上昇したが、そこから1978年まで伸びは停滞する。それが再び急上昇しはじめるのは1979年からである。そして1981年には女性のシェアは30%を超え、1986年に35.1%に達すると翌1987年には37.6%に達する。さらに、湾岸戦争の翌年1992年には女性のシェアは40%を超え、それ以降40%台を維持し続けている。（図2-3-1）

女性のシェア上昇は、女性の出国者数の伸び率が男性のそれよりも高かったことに起因する結果であることはいうまでもない。第2期（1974年～1985年）の年平均伸び率が、男性が+5.1%であるのに対して女性は+10.5%と5ポイント以上高い。第3期（1986年～1996年）でも男性の+9.8%に対して女性は+14.5%と5ポイント近く高い数値となっている。

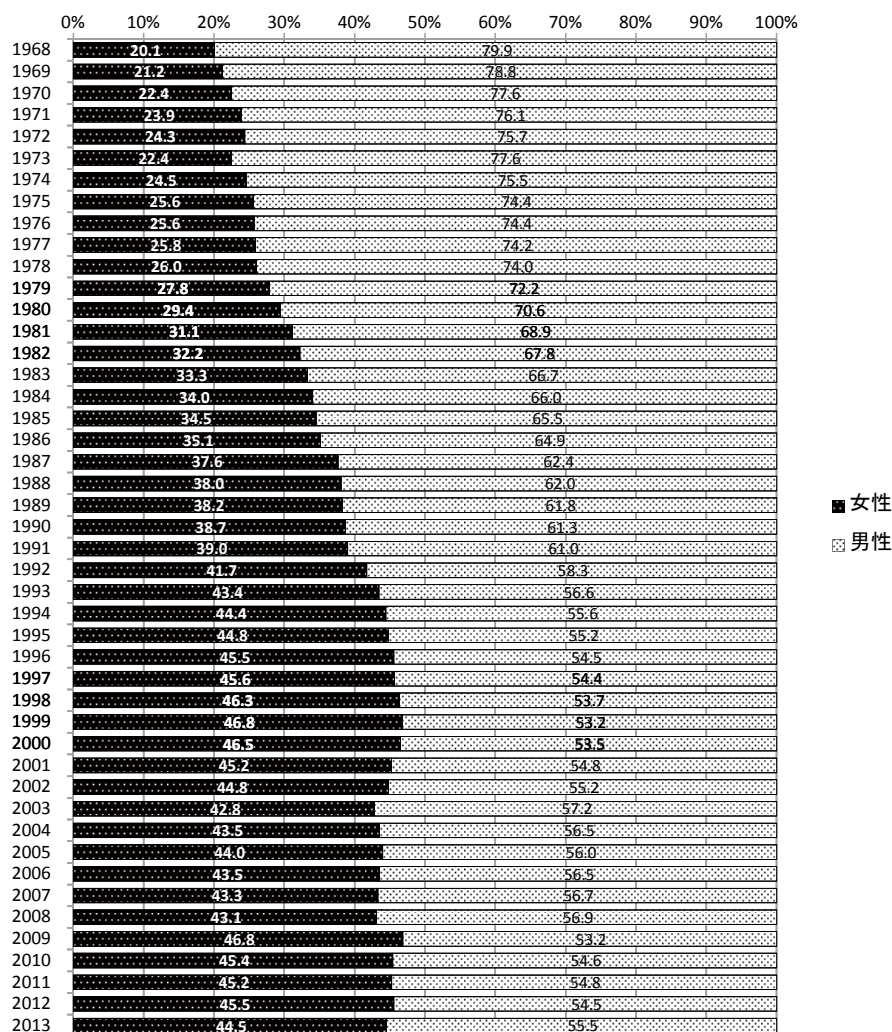
このように、第3期までの日本人海外旅行マーケットの成長に対する寄与度は、女性の方が男性よりも高かった。女性の中でも際立って高い寄与度を示したのが20代の若い層であった。（図2-3-2）

そして、その傾向が第3期になって一段と鮮明になった点が特に注目される。その要因は、プラザ合意によって政府が推し進めた数々の政策であったと考えてよいだろう。①「テンミリオン計画」による海外旅行促進のための基盤整備、②日本の過度な貿易黒字の要因として欧米から指弾された長時間労働を解消するための「労働時間短縮」による海外旅行阻害要因の解消、③日本企業が女性差別によって不当な利益を得ているとされてきた問題の改善を目的に策定された「男女雇用機会均等法」（1986年施行）が女性に与えた心理的效果などが出揃ってきたところに、円高効果で海外旅行費用が大きく低下したことで、日本人海外旅行マーケットは爆発的に規模を拡大させた。円高の進行とともに海外高級ファッションブランドが急速に普及したことも同じように、海外旅行も豊かさを自己確認できる恰好の“商品”として広く消費されていったと考えられる。

### 4. 価格競争の激化と旅行業界

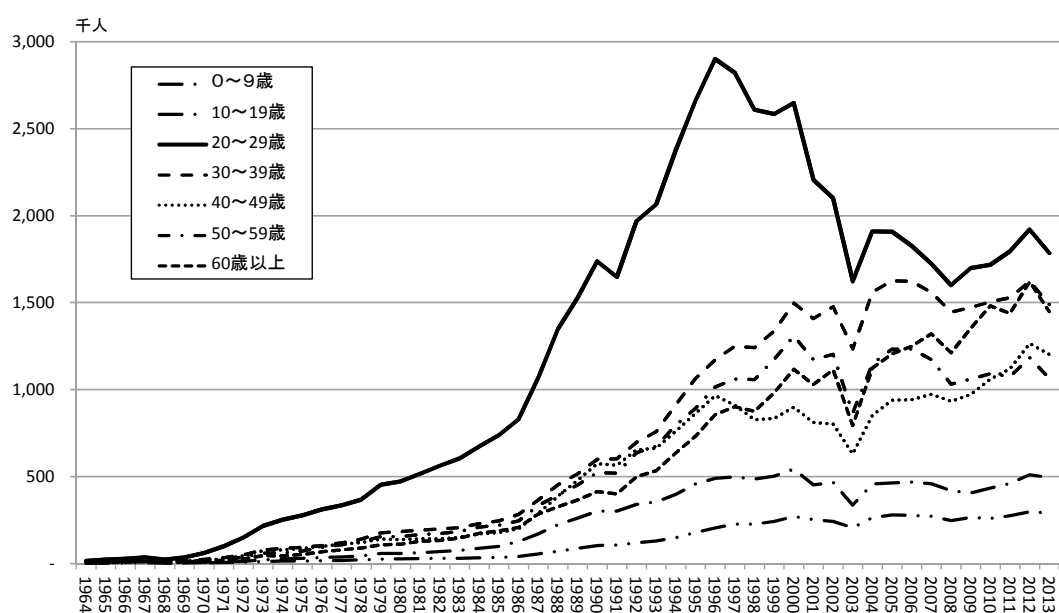
プラザ合意後に円高が急速に進行しはじめると、最初に旅行業界に及んだ影響は「円高不況」による団体旅行と業務渡航（インディビ）需要の低迷であったことは前述のとおりである。しかし、海外旅行マーケットの全体を俯瞰すれば、個人旅行を中心に日本人海外旅行マーケットはかつてない活況を呈していたという側面の方がはるかに大きい。

そうした状況下で、「円高差益還元」を大義名分にしたパッケージツアーの値下げ競争が業界の趨勢となっていった。週刊トラベルジャーナルでは、「ルック、JALパック、円高差益還元で大幅値下げ」と題する記事が1986年8月4日号に掲載されると、同年12月1日号には「際立つ第2ブランドの大攻勢／東・名・阪3大市場販売最前線／総需



資料：法務省「出入国管理統計」

図2-3-1 日本人出国者数の性別構成



資料：法務省「出入国管理統計」

図2-3-2 女性の年齢層別日本人出国者数の推移



要伸びるも収益低下で苦戦模様」という次のような記事が一面を飾る。

今年の海外旅行販売戦線もすでに終盤戦に突入したが、総需要が“絶好調”の伸びを示しているにもかかわらず、旅行業各社の経営状態は楽観を許さない状況。収益性悪化の主要因となっているのが、全国的規模で展開される低価格第2ブランドの販売攻勢と、円高不況に伴うインディビ市場の極端なまでの冷え込み。東京・名古屋・大阪の3大市場では特にこの傾向が顕著になっており、総需要アップも手放しでは喜べない市場環境が続いている。

この記事が掲載された後も「第2ブランド取扱急増」（1987年5月25日号）、「ハワイ、一気に9万円台の攻防。事実上のオープンマーケットへ突入。乱戦模様で懸念される収益構造の悪化」（1987年12月5日号）、「ハワイの乱売戦線、他方面へ飛び火」（1987年12月12日号）、「需要好調も懸念される低収益構造」（1988年2月6日号）と続く。

高収益部門であった団体旅行と業務渡航の低迷に加え、パッケージツアーの低価格化競争が激化するなかで、好調なマーケット動向とは裏腹に旅行業界の収益構造は悪化していった。こうした傾向は、旅行業界で数少ない株式上場企業近畿日本ツーリストの当時の有価証券報告書からも、はっきりとみることができる。

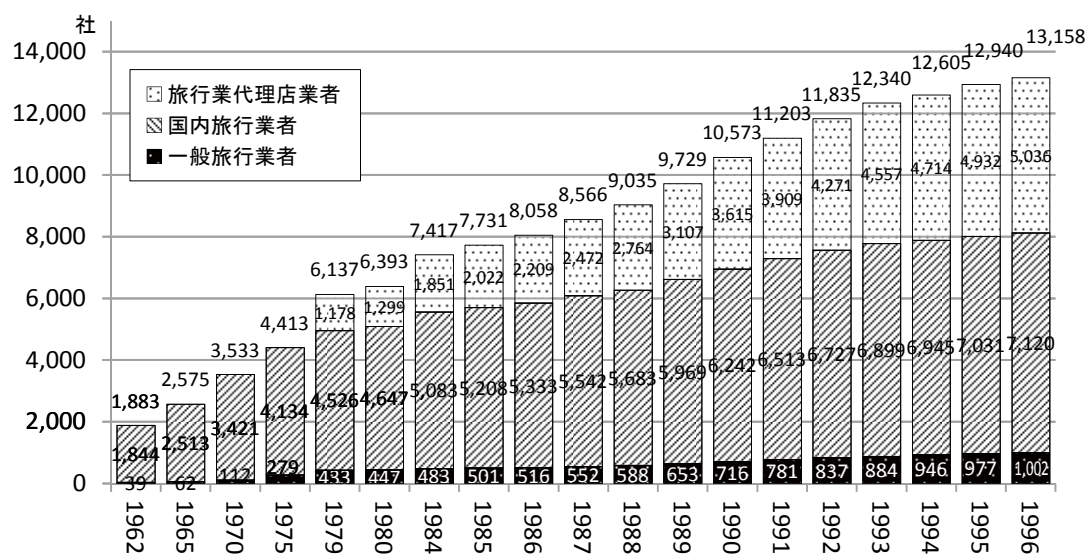
たとえば、海外旅行の「取扱額」に占める「取扱手数料」の比率から海外旅行部門の単純な利益率を算出してみると、1985年に13.8%だったものが1986年には15.1%に上がったものの、その後は1987年13.5%、1988年13.3%、1989年12.6%、1990年12.4%と連続して低下していることがわかる。（1991年から1994年までは、利益率は14%以上に改善されるが、1995年から1997年までは再び12%台に落ち込んでいる。）

一方、同社の販売経費の方をみると、1985年から1994年にかけて、営業人員、人件費、電算機維持費の大幅な上昇がみられる。1985年を100とした指数でみると、1994年の営業人員は156.9、人件費（役員報酬、退職金は含まない）は190.2、電算機維持費は384.7となっている。

低収益体質に陥ったものの、需要は増え続けており、それを取り込むために営業人員やコンピュータなどの情報処理システムを急ピッチで拡充し続ける必要に迫られた、という構図が思い浮かぶが、こうしたことが近畿日本ツーリストにだけ起こった特殊な事例とは考え難い。JTB、日本旅行、東急観光など大手、中堅を問わず、ほとんどの旅行会社がこの時期に固定費を膨張させていったものと推測される。

このような業界内の既存企業が問題を抱えるようになった同じ時期に、旅行業界への新規参入が相次いで起こったことも注目される。海外旅行を主催することができる一般旅行者に限っても、その数は1985年の501社から1996年の1002社へと倍増しているのである。（図2-4-1）

その一方で、旅行業界の再編が始まったのもこの時期である。



資料：「観光白書」より作成

図2-4-1 旅行業者数の推移

1989年夏には三井航空サービスと商船航空サービス、1990年4月には富士海外旅行と藤田トラベルサービスといった中堅企業が合併した一方で、格安航空券を武器に業界に登場したのが「株式会社エイチ・アイ・エス」だった。第3期は、海外旅行マーケットの急速な拡張とともに旅行業界が過当競争の時代に突入した時期でもあった。そして、マーケットの成長力が弱くなった第4期において新たな展開をみることになる。

### 第3章 第4期の日本人海外旅行マーケットの特徴

#### 1. 経済成長との連動性を失った日本人出国者数

日本人出国者数の動向を予測するうえにおいて、「GDP 成長率」と「為替レート」が主たる指標に用いられることがいまでも続いている。しかし、日本人出国者数と GDP 成長率、為替レートとの間には、第1期から第3期までは強い相関関係が認められるが、第4期（1997年～2013年）になるとそれは著しく弱くなる。（表3-1-1）

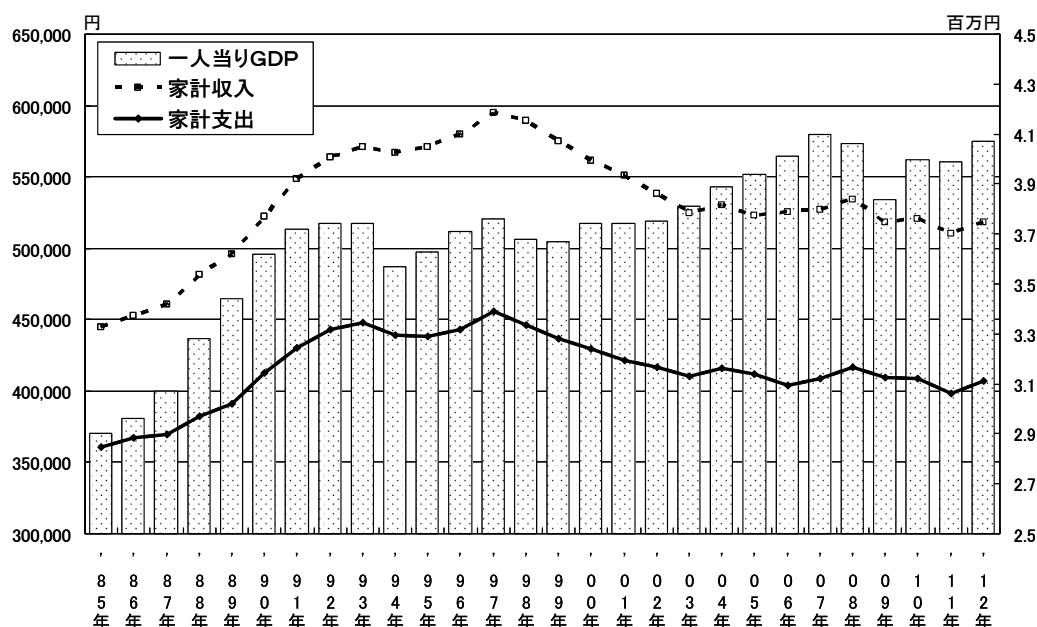
なお、1996年までは GDP と為替レートの間にも強い相関関係が認められていたが、1997年以降はそれも薄れている。グローバル経済の進展が国民経済の発展と結びつかなくなったという言説が昨今目立つようになったが、そうしたことがその要因の一つとして考えられるのではないだろうか。事実、2人以上勤労世帯の家計収支と GDP の動きの連動は1997年あたりを境にほとんどみられなくなっている。（図3-1-1）

また、1970年代のオイルショック後の不況、1985年のプラザ合意以降の円高不況を乗り切るために日本企業が実施した対応策のなかには、正社員のパートやアルバイトへの置換による人件費削減があった。総務省の「労働力調査」

表3-1-1 日本人出国者数と対米ドル為替レート、GDP の相関関係

| 1980年～1996年 |          |          |     | 1997年～2013年 |          |          |     |
|-------------|----------|----------|-----|-------------|----------|----------|-----|
|             | 出国者数     | 為替       | GDP |             | 出国者数     | 為替       | GDP |
| 出国者数        | 1        |          |     | 出国者数        | 1        |          |     |
| 為替          | -0.90081 | 1        |     | 為替          | -0.30992 | 1        |     |
| GDP         | 0.916881 | -0.90888 | 1   | GDP         | 0.418234 | -0.57882 | 1   |

資料：法務省「出入国管理統計」、日本銀行、内閣府「国民経済計算年報」、総務省統計局「国勢調査」、「人口推計」により作成  
注：GDP は93SNA に基づく集計方法変更により1980年以前の数値が未発表のため、1980年～2013年の日本人出国者数と1人当たり実質 GDP 金額、円の対米ドル為替レートの年間平均値との相関関係を計算した。



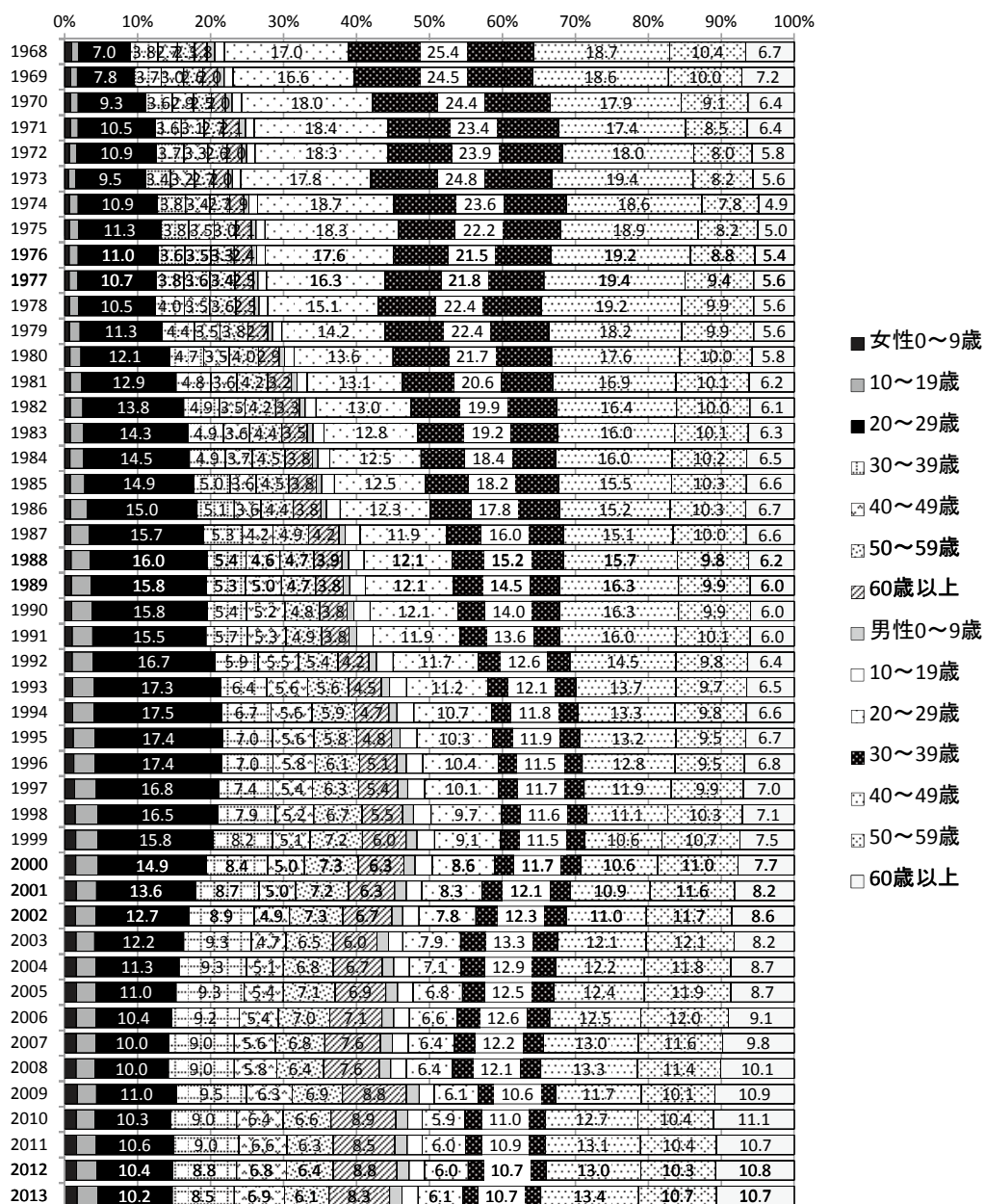
資料：総務省統計局「家計調査」、内閣府「国民経済計算年報」

図3-1-1 2人以上勤労世帯の家計収支と1人当たりGDP

をみると、1985年から1990年にかけて正社員（役員を除く）が3,343万人から3,488万人へと約145万人増加しているのに対して、パート・アルバイトなど非正規社員は665万人から881万人へと約216万人も増加している。そして、その後も非正規社員の増加は加速し続け、2014年7月～9月期では1,952万人となった。一方の正社員は、3,305万人と1985年の実数よりも減少している。

こうした雇用環境の変化が、特に若年層の雇用の不安定化、低所得化というかつてない状況を生み出し、社会問題化していることはあらためて述べるまでもない。ここで問題となるのは、1986年に15%を超えて、1993年から1996年まで17%以上を占めた20代女性の出国者数シェアが、1997年から低下を続けていることである。（図3-1-2）その原因の中には、20代女性の人口減という要素が考えられるが、雇用環境の悪化など社会構造の変化も無視できないと思われる。

このように、1997年を境に鮮明になった日本人海外旅行マーケットの構造変化とは別に、①リピーター市場化と②「安・近・短」傾向という2つのトレンドにも注目しておきたい。



出典：法務省「出入国管理統計」

図3-1-2 日本人出国者数の性年齢層別シェアの推移

## 2. 第4期の日本人海外旅行マーケットの2つのトレンド

### (1) リピーター市場化

「JTB レポート2014」によれば、観光目的の海外旅行未経験者は1989年に71.0%だったものが、1996年までの7年間で約15ポイントも低下する56.2%になった。しかし、その後の18年間では12.5ポイントの低下にとどまっている。(図3-2-1) 第3期の後半に裾野が急速に広がった観光目的の海外旅行マーケットは、第4期に入るとその勢いを落としたことがうかがえるが、観光目的の海外旅行を実行する層が固定化される傾向にあることを、この結果から推察することができるのではないだろうか。

一方、海外旅行の経験回数をみても、「1回」という人が1996年(19.4%)から2014年(18.0%)までほとんど横ばい状態であるのに対して、海外旅行経験回数「5～9回」と「10回以上」という人の比率は年を追うごとに上昇している。

### (2) 「安・近・短」傾向

1997年から翌年にかけて起ったアジア通貨危機後に、アジアへの日本人旅行者数が急激に増加したのに対して、ハワイを含む北アメリカ、オーストラリア、ニュージーランドなどオセアニアやヨーロッパへの日本人旅行者数にはあまり大きな変化はみられない。(図3-2-2)

なお、2001年3月をもって日本人の出入国カードが廃止されたため、2001年以降の行先別出国者数を日本サイドで把握することが出来なくなっている。2001年以降の行先別旅行者数は、受入国の統計資料から推計するしかない。しかし、ヨーロッパのように多くの国が宿泊者数で統計している事例や入国者数を基準にしている国でも、国籍別に統計するケースと国籍別・居住地別に統計しているケースなどがあり、単純には比較できなくなっているのが実情である。

そうした事情はあるものの、1990年代末から、日本人の旅行先が韓国、中国、台湾など東アジアの国・地域に偏りをみせる傾向が顕著になってきた。(図3-2-3) こうした傾向は、国際線提供航空座席数の推移をみても明らかである。(図3-2-4)

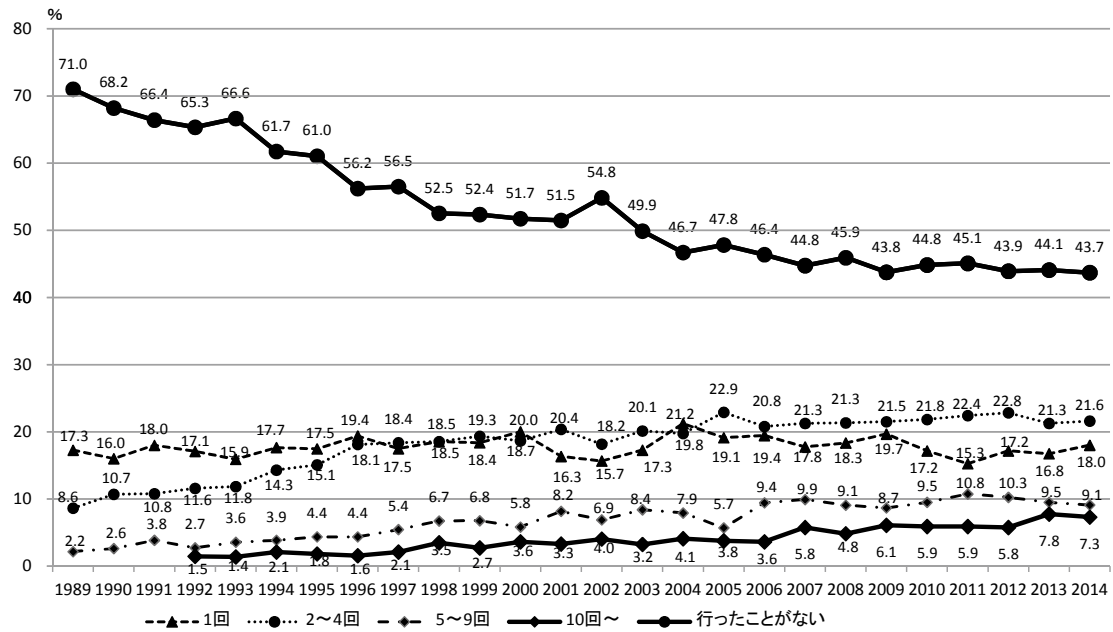
一方、「旅行参加費(日本で支払ったパッケージツアー代金や航空運賃など)」や「買物費」などから構成される1回・1人あたりの旅行費用も年々減少している。(図3-2-5) 旅行費用の減少の原因には、近距離デスティネーションへ旅行する人のシェア上昇という要素も勘案する必要がある。そのため、行先別に旅行費用の経年変化をみるのが重要になる。本稿では、ハワイとヨーロッパ・ロシアの2例を示したが、これらと同様に他のデスティネーションにおいても旅行費用は年々低下している。また、どのデスティネーションにおいても、費目別に分析すると「買物費」の減少が著しい。(図3-2-6～7)

## 3. 「利益なき繁忙」の中で進んだ旅行業界の再編

1997年から始まる第4期を通して、旅行会社は「利益なき繁忙」が続く業界の中での生き残り策を模索し続けてきた、といっても過言ではないだろう。

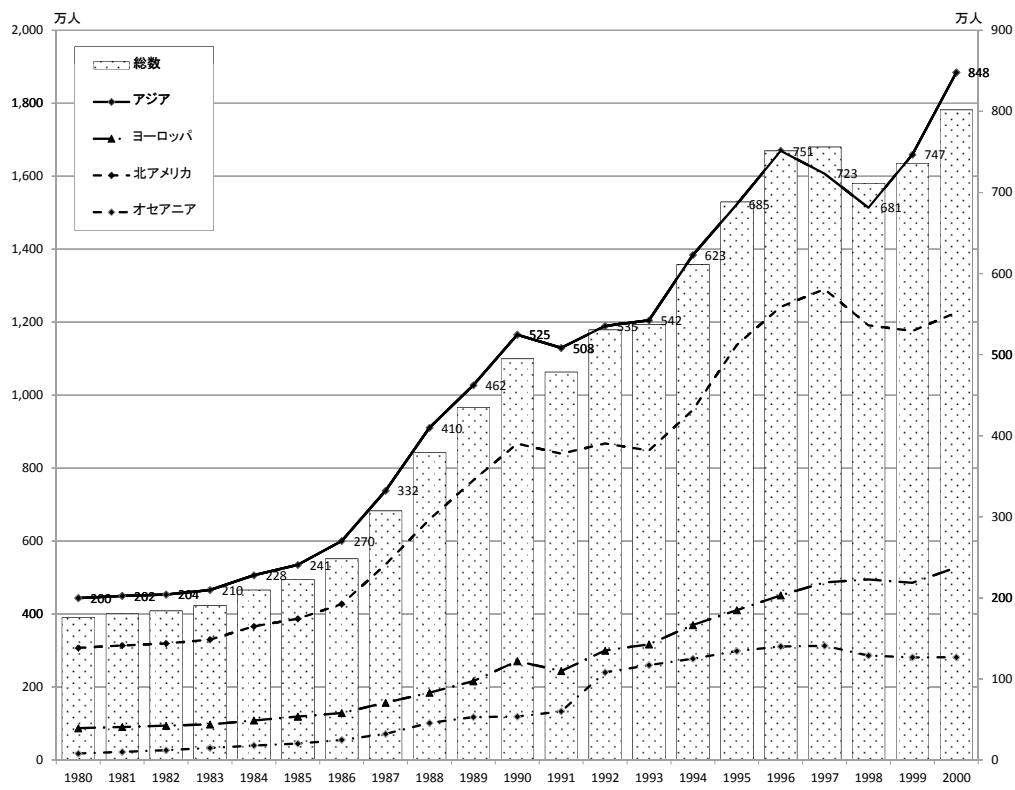
最大手のジェイティービーが2006年4月に持ち株会社と地域会社などに分社化し、その後、交流文化産業への脱皮を旗印に、地域活性化事業、法人向けソリューション事業、ソーシャルビジネス、グローバル事業を展開してこれからの時代への対応を目指している事例や、格安航空券専門業者から総合型旅行会社へと企業規模を拡大し、さらに経営破綻したハウステンボスの再生事業で一定の成果を得つつあるH.I.S.の事例がみられる一方で、1998年のジェットツアーにはじまり、数多くの旅行会社が経営破綻に追い込まれるか、大手との合併の道を選んだ。また、海外旅行のホールセール部門から撤退した会社も多い。

大手でも、2001年に発表された近畿日本ツーリストと日本旅行の合併は、大きな話題となった。合併計画そのものは翌年に解消されたが、その後、日本旅行はJR西日本の連結子会社となり、近畿日本ツーリストは組織改編を繰り返しながらも生き残りを図っているというのが現状といえよう。また、かつて4大旅行会社のひとつに数えられた東急観光は、2004年に東急電鉄の完全子会社となったあとで投資会社に株式が移譲され、東急グループから分離された。



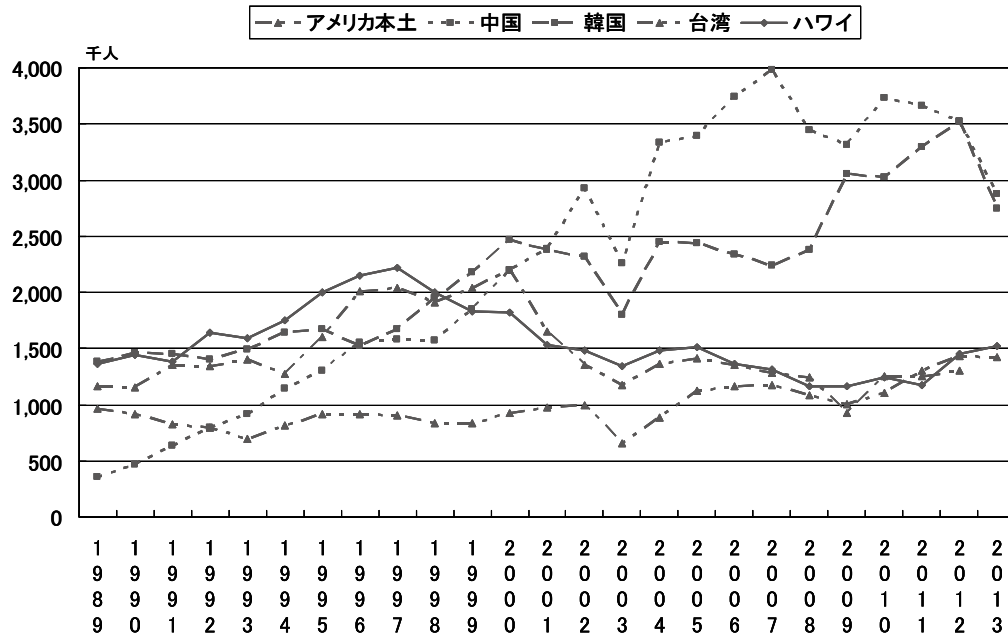
資料：「JTB レポート」

図3-2-1 海外旅行経験回数の推移



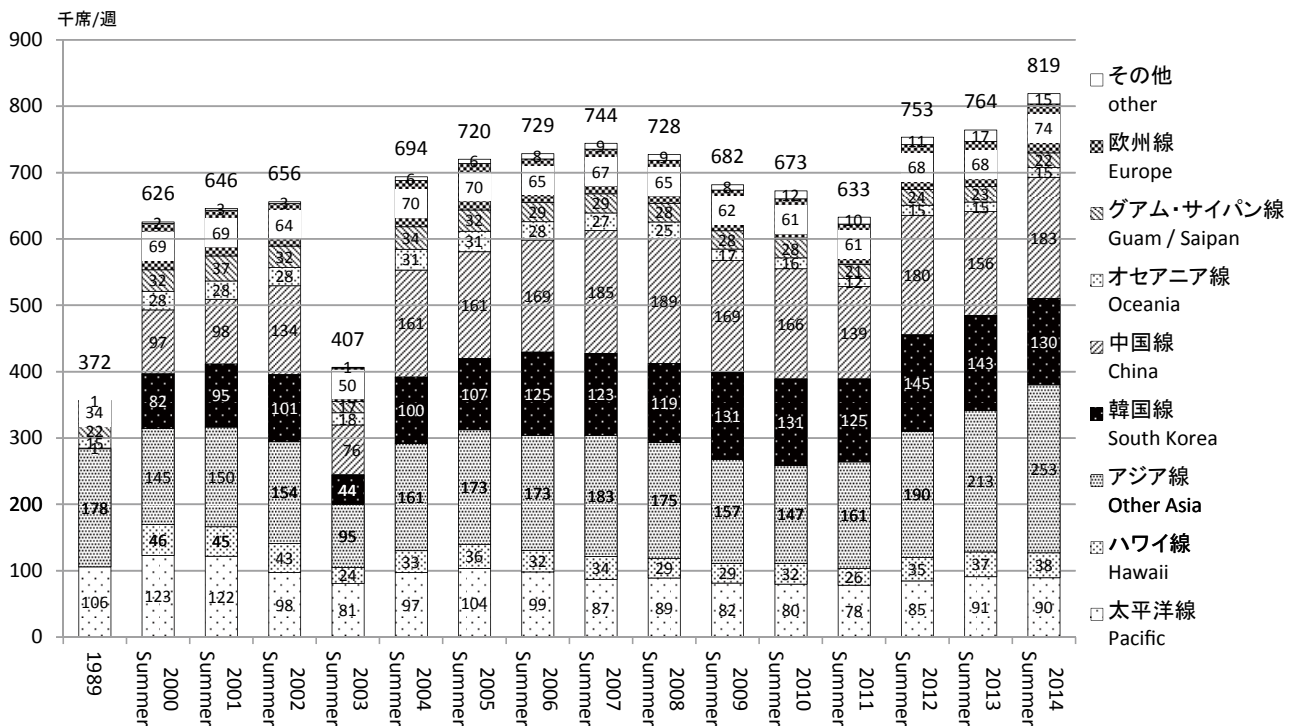
資料：法務省「出入国管理統計」

図3-2-2 渡航先別日本人出国者数の推移



資料：各国政府観光局

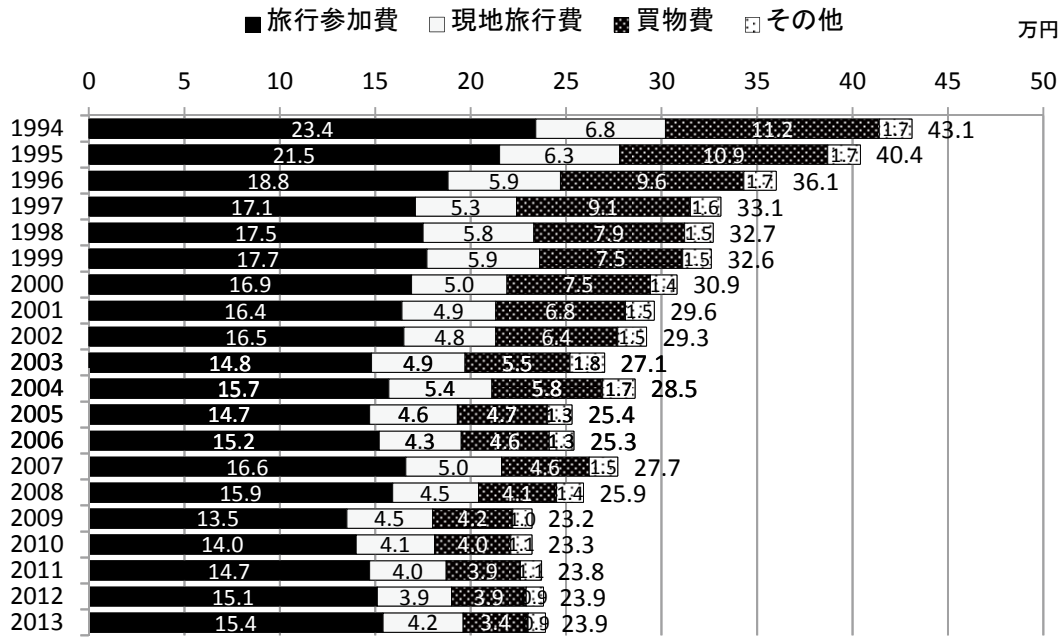
図3-2-3 訪問国別日本人入国者数の推移



資料：トラベルジャーナル社「日本発航空座席調査」

図3-2-4 日本発方面別航空座席数



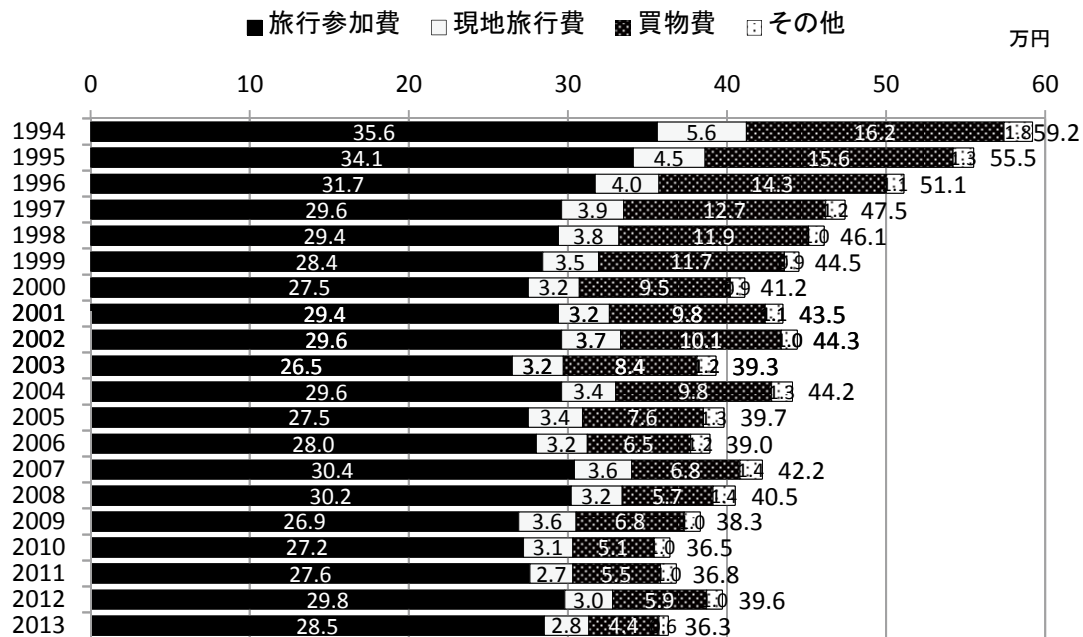


資料：JTB レポート「海外旅行実態調査」

図3-2-5 海外旅行費用の推移（全体平均）



図3-2-6 ハワイへの旅行者の旅行費用の推移



資料：図3-26、図3-27ともに JTB レポート「海外旅行実態調査」

注意：図3-26、図3-27ともに母集団はパッケージツアー利用者のみ

図3-2-7 ヨーロッパ・ロシアへの旅行者の旅行費用の推移

そして、2013年には東武鉄道が株式を買い取り、2015年4月に東武トラベルと合併し、東武トップツアーズ株式会社に社名が変更される予定となっている。

第3期までの業界地図は、第4期になって大きく描き換えられた。

こうした旅行業界の変化は業界紙にもおよび、かつて海外旅行の専門誌としての性格が強かった「週刊トラベルジャーナル」も、インバウンドや観光による地域振興を中心にした紙面づくりが目立つようになった。

また、旅行商品の形態に関わらず、販売チャネルとしてのインターネットの比重が急速に高くなったものの第4期の特徴といえるだろう。インターネット利用の普及は、旅行情報の収集という面でも目覚ましいものがある。世界的な口コミサイトといえるような「トリップアドバイザー」や「ソウルナビ」のような特定のエリアに専門特化した旅行情報サイトを利用する旅行者は飛躍的に増加していると推察される。ガイドブックなどの紙媒体では難しかった即時の情報アップデート、実際に旅行した人の経験に基づく精細な口コミ情報への共感度の高さなどが、多くの旅行者の支持を集めた結果といえるだろう。

インターネットの普及によって旅行に関する情報の優位性は、旅行会社から旅行者へと大きくシフトした。それとともに、旅行会社は提供する商品の価値を「価格の安さ」に依存せざるを得ない状況に陥ったように思われる。海外旅行分野における旅行商品の価値とは何か、一定の水準で利益が得られる新しいビジネスモデルとはどのようなものか。こうした問題に対する回答を旅行会社が個別に模索し続けているということも、第4期の大きな特徴といえるのかもしれない。

## 第4章 まとめと今後の課題

### 1. 50年間の日本人海外旅行史を振り返って

1964年に始まる戦後日本の海外観光旅行の歴史をあらためて整理すると、経済成長によって生み出された“豊かさ”を日本人が実感し、そこから得られる“幸福感”を具現化する対象物として、海外旅行は広く日本人の余暇生活に浸透していったことがみてとれる。

1976年に当時の株式会社日本交通公社（現在の株式会社ジェイティービー）社長に就任した長瀬恒雄は、『学会会報1997年新春号』に次の文章を寄せている。



近年“旅”は日本人の生活にとって切りはなせないものとなった。今日では人間のライフサイクルの節々に旅をするという意味で『衣食住・旅』という言葉が私の脳裏から離れない。私たち日本人は衣食住の物理的な面では着実にレベルを上げてきている。これに価値ある“旅”という精神的な花を添え、衣食住と一体化させることによって、いちだんと豊かな生活への道がひらけてゆくはずである。

こう説いたうえで、「旅は生活そのものであるとの強い信念のもとに、爾来『衣食住・旅』のキャッチフレーズを掲げ、機会あるごとにこれを唱道した」<sup>(8)</sup>という。

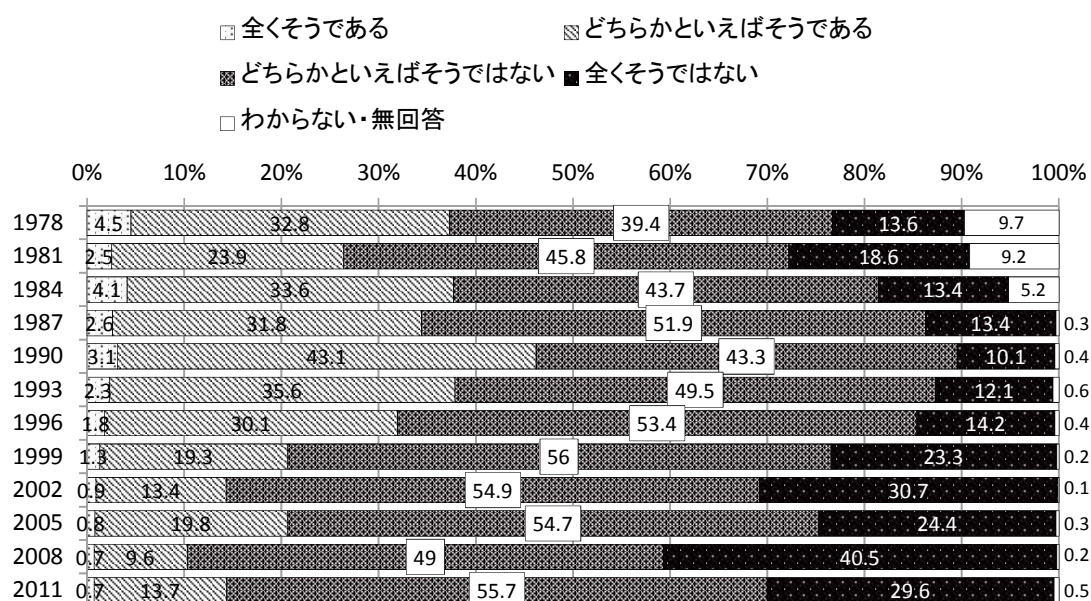
オイルショックによって高度経済成長に終止符が打たれたとはいえ、この時期に衣食住の基盤が整備されたことによって、「衣食住・旅」というキャッチフレーズは現実味を獲得したように思われる。そして、その後の約20年間、海外旅行はマーケット規模を拡大し続けることになった。

しかし、グローバル経済の波が押し寄せる中で非正規雇用の若者が増えるなど経済格差が拡大の様相を鮮明にし、さらに少子高齢化にともなう年金、健康保険など福利厚生制度にも破綻の危機が取り沙汰されるなど、将来不安を掻き立てるような事柄が社会問題として連日メディアを賑わすようになった1990年代後半から、多くの日本人の生活における“旅”の位置づけが揺らぎはじめたようにみえる。

2009年から2012年まで4年続けて訪韓日本人旅行者数が300万人を超えた。それに対して、1996年から1998年まで3年連続して200万人を超えたハワイへの日本人旅行者数が100万人台前半に低迷し続けたように、「安・近・短」傾向がみられるようになったのも、こうした社会状況の変化と無関係ではないだろう。また、日本人出国者数も20年近くほとんど横這い状態である。

ちなみに、内閣府が3年ごとに実施してきたアンケート「国民生活選好度調査」のなかから、「暮らしよい方向に向かっていると思うか」という質問に対する回答をみると、日本人出国者数が1,000万人を超えた1990年に「全くそうである」(3.1%)、「どちらかといえばそうである」(43.1%)の合計が46.2%で最も高い数値となった後、急激に低下し、2011年の調査では「全くそうである」(0.7%)、「どちらかといえばそうである」(13.7%)を合わせて14.4%にまで落ち込んでいる。(図4-1-1)

そうしたなかで2012年3月30日に「観光立国推進基本法」に基づき「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。計画の柱は訪日外国人旅行者数を平成32年までに2,500万人にすることを念頭に、平成28年までに1,800万人にすることと、日本人出国者数を平成28年までに2,000万人にするというものである。こうした目標を掲げたからには、大多数の日本人が「暮らしよい方向に向かっている」と感じられる社会の実現へ向けて政治が動き出すことが期待される



出典：内閣府「国民生活選好度調査」

図4-1-1 「暮らしよい方向に向かっていると思うか」

ところである。

## 2. 海外旅行マーケットのグローバル化と出入国管理統計の問題点

今後の課題を考えるうえで懸念されるのが、海外旅行マーケットの動向を把握するための最も重要な指標である法務省「出入国管理統計」の問題である。

外務省の「海外在留邦人数調査統計」によれば、1989年末の海外在留邦人数は586,972人（内、永住者246,043人、3か月以上の長期滞在者340,929人）であったが、2013年末には1,258,263人（内、永住者418,747人、3か月以上の長期滞在者839,516人）と大幅に増加している。（図4-2-1）

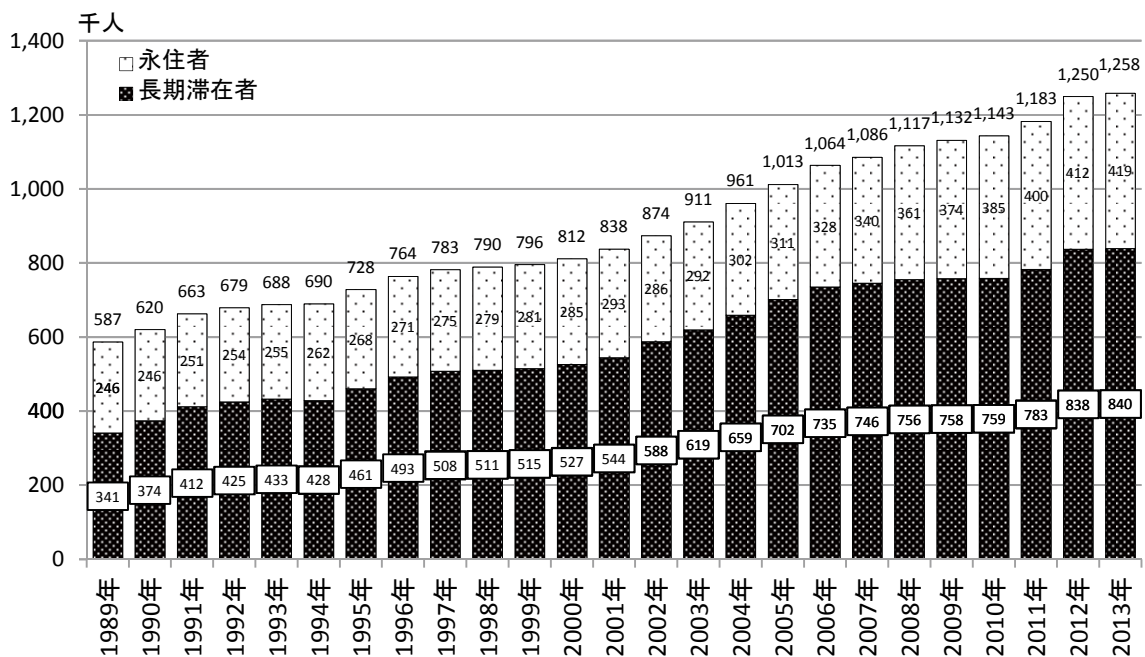
そのことを反映した結果と思われるが、海外の日本領事館で発給されたパスポートを使って出国する日本人の数も年々増加を続けている。

有効期限10年のパスポートが発給された1995年に、外国発給のパスポートで出国した日本人は249,506人、出国者総数に占める比率は2.1%だった。また、日本人の出入国カードが廃止された2001年でもその数は364,221人、出国者総数の2.2%に過ぎなかったものが、2013年には全体の5.2%を占める905,662人に達した。この約90万人のすべてが海外に長期滞在、または永住する日本人とは限らないが、それにしてももはや無視できる数ではないだろう。

さらに興味深いのが、中国国家旅遊局が公表している訪中日本人の旅行目的別人数統計である。（図4-2-2）2006年以降の統計しか公表されていないが、観光目的の日本人旅行者数の急激な減少とともに注目されるのは、「その他」目的の日本人の数の多さである。

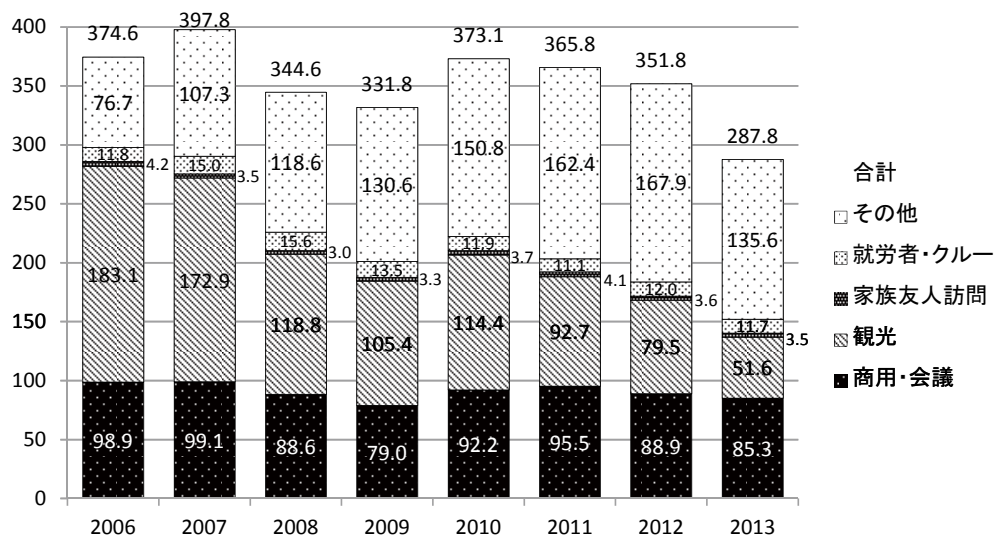
旅行目的が「その他」とされるのは、その大部分が留学生や企業などの駐在員の中国内の居住地への帰還であると推察される。香港やマカオなどからの帰還者も相当数含まれると思われるため、そのすべてが日本からの出国者統計に含まれるわけではない。しかし、それでも日本人出国者数に占める海外駐在員や留学生など日本に居住しない日本人、すなわち日本発の海外旅行マーケットの構成員以外の人の数は、既に誤差の範囲を越えていると考えざるを得ない。

だが、その実態を捕捉するための手段は今のところ存在しない。2018年までに日本人出国者数を2,000万人にするという目標を達成するための戦術を誤らないためにも、日本人の出入国カードを復活させることなどの対策が、改め



資料：外務省「海外在留邦人数調査統計」

図4-2-1 海外在留邦人数の推移



資料：中国国家旅遊局

図4-2-2 入国目的別訪中日本人数の推移

て検討されるべき時期に来ていると考える。

#### 注

- (1) 見田宗介『社会学入門－人間と社会の未来』（岩波新書、2006年）P77～78
- (2) 同上 P83～84
- (3) 『現代社会学事典』（弘文堂、2012年）P664
- (4) 吉見俊哉『シリーズ日本近現代史⑨ ポスト戦後世代』（岩波新書、2009年）P55～56
- (5) 「男女7人夏物語」（1986年、TBS）、「東京ラブストーリー」（1991年、フジTV）等
- (6) 為替レートは日本銀行の統計資料に基づき、「JTB レポート2014」に掲載のものを使用している。
- (7) 財務総合政策研究所財政史室編（2004）『昭和財政史—昭和49～63年度 第7巻 国際金融・対外関係事項関税行政』東洋経済新報社
- (8) 『日本交通公社70年史』P722