

## オーストラリア人の訪日観光動向と本県への観光客誘致の可能性について

一般財団法人自治体国際化協会シドニー事務所 研修生 根木 勇也

### 1. コロナ前のオーストラリア人の訪日観光動向

コロナ以前のオーストラリア人の海外旅行者数は堅調に増加しており、2019年度<sup>1</sup>には過去最高の約1,123万人<sup>2</sup>を記録した。実際に現地の方々と話していると、国土の広いオーストラリアは国内旅行でも飛行機を利用することが多くなりがちだ。さらに、他国と比べて物価が高いことによって旅先での消費額も多いため、海外旅行の方がコスト面での満足度が高いため国内より海外を選ぶという声もよく聞く。

訪日観光について、2019年のオーストラリア人の旅行支出額は約24万円と世界第一位であり、平均滞在数も13日泊<sup>3</sup>と多く、訪日客数では世界第7位<sup>4</sup>となるなど、日本のインバウンド産業において重要な顧客と言える。戦後の国家間における友好的な経済関係も背景に、日本に対して好印象を持っているオーストラリア人も多く、それは日本語学習者数が多い（人口比で世界第1位）ことから裏打ちされている。そしてオーストラリア人の旅行先として2019年度には日本が第7位<sup>2</sup>であり、まだまだ伸びしろがあると期待できる。

### 2. コロナ禍におけるオーストラリアの観光動向

このように海外旅行を好むオーストラリア人だが、コロナによって海外渡航が困難となっている中、カンタス航空が「国内遊覧飛行」や「行き先非公開の国内ミステリーツアー」のチケットを販売したところ即売切れとなるなど国内旅行も盛り上がっている。4月19日からオーストラリアはコロナ発生以降初めてニュージーランドとの隔離なし渡航を開始したが、航空券販売が非常に好調で、航空会社が増便を検討するなど、オーストラリア人の海外旅行需要の底堅さを窺い知ることができる。

5月2日に南オーストラリア州アデレード



(写真1) こどもの日ジャパンフェスティバルの様子

<sup>1</sup>オーストラリアの会計年度は前年7月から当年6月まで

<sup>2</sup>Australian Bureau of Statistics 「3401.0 - Overseas Arrivals and Departures, Australia, Jun 2019」

<sup>3</sup>観光庁「訪日外国人の消費動向 2019年々次報告書」

<sup>4</sup>日本政府観光局（JNTO）「2019年訪日外客数（総数）」

市で「こどもの日ジャパンフェスティバル」というイベントが開催され、当事務所はブース出展しコロナ後に向けた日本へのインバウンド PR を実施した(写真1)。開始早々多くの方々がブースを訪問し、観光パンフレットを手にしつつたくさんの質問を受けた。コロナにより昨年予定していた日本への旅行がキャンセルになった方や、国境開放後の最初の旅行先を日本で考えている方も非常に多く、訪日観光に対する期待の高まりを肌で感じた。一方で、福岡や九州の食や酒、温泉への興味を持つ方はいるものの知名度は全体的に低く本県の魅力を発信する必要性を再認識した。

### 3. コロナ後の本県への観光客誘致の可能性

訪日観光需要は高いものの、2019年の訪日オーストラリア人の中で本県を訪問した方の割合は2%に留まり、全国第19位である(表1)。上位10位以内のゴールデンルート(東京～大阪間)を除いた県について、現地旅行会社からは「宮島やサイクリングで有名なしまなみ海道のある広島の人気が出始めている。長野、北海道はスノーリゾート目的での訪問が多い。岐阜、石川は飛騨高山や白川郷の古い街並みや加賀百万石の歴史を目的として訪問する旅行者も増えている。」といった声が聞かれた。また、オーストラリア人が次回訪日時にしたいことは「日本食を食べること」「温泉入浴」「自然・景勝地観光」の順に高い<sup>6</sup>。本県を始め九州には新鮮な海の幸や山の幸を使った食文化や豊富な温泉、豊かな自然や景勝地、九州オルレといったスポーツ要素を含む観光スポットはあるため、JRパス等を使えばゴールデンルートからもアクセスが容易であることに加え福岡独自の魅力があることを訴求することで観光客増加の可能性はあると考えられる。

	都道府県	訪問率
1位	東京都	86.9%
2位	千葉県	64.1%
3位	大阪府	45.0%
4位	京都府	43.4%
5位	広島県	17.0%
6位	長野県	14.5%
7位	神奈川県	13.5%
8位	北海道	8.9%
9位	奈良県	8.2%
10位	山梨県	6.8%
19位	福岡県	2.0%

(表1) 訪日豪州人の都道府県訪問地(2019年)

(出典) JNTO 訪日旅行データハンドブックを参考に筆者作成

さらに「オーストラリアは車社会で、日常生活においても国内旅行においても車での移動がほとんど。日本旅行時はあえて非日常的な体験である電車を選ぶ人が多く、オーストラリア人にとって日本の鉄道は魅力のひとつで、豪華列車も人気がある」(JNTO シドニー事務所) といった声もあり、ななつ星やことこと列車等の PR とあわせ、「豪華列車の旅の起点としての福岡」といった売り込み方も面白いかもしれない。

当地では口コミサイトや SNS などの WEB 広報は欠かせないため、現地旅行会社との連携や、先述のような日本関連イベント時の PR 活動も通して、コロナ後の訪日観光特需を逃さぬよう福岡の魅力発信と観光客誘致に努めていきたい。

<sup>6</sup> 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日旅行データハンドブック 2020」

