

国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau
National Diet Library

論題 Title	若者のアウトバウンド観光をめぐる動向
他言語論題 Title in other language	Trends in Outbound Tourism of Young Adults
著者 / 所属 Author(s)	真子 和也 (MANAKO Kazuya) / 国土交通課
書名 Title of Book	青少年をめぐる課題 総合調査報告書 (Challenges Facing Young People in Japan)
シリーズ Series	調査資料 2020-3 (Research Materials 2020-3)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
刊行日 Issue Date	2021-03-09
ページ Pages	153-168
ISBN	978-4-87582-874-7
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
キーワード keywords	アウトバウンド観光、海外旅行、国際交流
摘要 Abstract	若者のアウトバウンド観光の振興は、国際交流の推進や旅行市場の成長に不可欠であるが、具体的にどのような内容の観光が望ましく、どのような政策が効果的なのか、検討を深めるべきである。

- * この記事は、調査及び立法考査局内において、国政審議に係る有用性、記述の中立性、客観性及び正確性、論旨の明晰（めいせき）性等の観点からの審査を経たものです。
- * 本文中の意見にわたる部分は、筆者の個人的見解です。

若者のアウトバウンド観光をめぐる動向

国立国会図書館 調査及び立法考査局
国土交通課 真子 和也

目 次

はじめに

I 若者のアウトバウンド観光に関する現状

- 1 UNWTO レポートに見る若者旅行者の割合
- 2 男女別の出国者数
- 3 「旅行・観光消費動向調査」における旅行経験率
- 4 エイビーロード海外旅行調査
- 5 『旅行年報』にみる旅行意識
- 6 旅行先の決定要因
- 7 小括

II 若者のアウトバウンド観光の動向を分析した有識者の見解

- 1 旅行者としての若者の特徴
- 2 海外旅行の動機
- 3 体験重視の観光
- 4 海外旅行の阻害要因と対応策
- 5 小括

III 若者のアウトバウンド観光促進に関する政策動向

- 1 テン・ミリオン計画
- 2 観光交流拡大計画（Two Way Tourism 21）
- 3 観光立国推進基本計画（第1期）
- 4 観光庁「アウトバウンド施策」
- 5 観光立国推進基本計画（第2期）
- 6 明日の日本を支える観光ビジョン
- 7 観光立国推進基本計画（第3期）
- 8 若者のアウトバウンド活性化に関する検討会・若者のアウトバウンド推進実行会議
- 9 ハタチの一步プロジェクト
- 10 近年の観光庁予算
- 11 小括及び今後の課題

おわりに

キーワード：アウトバウンド観光、海外旅行、国際交流

はじめに

本稿では、若者の観光促進の動向について、アウトバウンド観光（海外旅行）を中心に、統計や意識調査、有識者の議論、政策動向を整理する⁽¹⁾。

アウトバウンド観光の意義について、異文化に触れることによる国際感覚の向上、相互理解の増進といった効果があると期待されている。平成 18（2006）年に「観光基本法」（昭和 38 年法律第 107 号）を全部改正して制定された、国の観光政策の基礎となる「観光立国推進基本法」（平成 18 年法律第 117 号）では、国に対して観光分野における国際相互交流の促進を求めており、具体的な施策の一つとして、青少年による国際交流の促進に必要な措置を講じるものとしている⁽²⁾。

また、経済的には、アウトバウンド観光は海外への消費の流出という側面もあるが、国内旅行業者の取扱高の約 3～4 割を占めており、主要なマーケットの一つとなっている⁽³⁾。このほか、直行便・航空路線の拡充といった（航空）輸送業の発展にも影響を与えるとされており⁽⁴⁾、

* 本稿の執筆に先立ち、令和 2（2020）年 9 月 11 日、中村哲・玉川大学観光学部教授から「青少年の海外旅行の現状に関する分析」というテーマで御講演をいただき、多くの示唆を得た。この場を借りて厚く御礼申し上げます。なお、本文中の誤りは、全て筆者の責に帰すべきものである。

* 本稿におけるインターネット資料の最終アクセス日は、令和 2（2020）年 12 月 22 日である。

- (1) 本稿では便宜的に、「若者」を 10～20 代の人々を指す用語として用いている。便宜的と述べた理由は、本稿で紹介する統計や調査に見るように、若者がどのような年齢層の人々を示す用語であるかは論者によって異なっており、統一的な定義に基づいて議論を整理することが困難だからである。世界的にも、若者（Youth）の対象は国や地域によって異なっている。少し古い資料であるが、国連世界観光機関（United Nations World Tourism Organization: UNWTO）の 2005 年のレポートによれば、フィンランドでは 15～24 歳、イタリアでは 15～26 歳、ハンガリーでは 30 歳以下等としている。UNWTO, *Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics*, 2005 Edition, p.103. <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284411139>>; Saikia Ashifuddin Ahmed, Goswami Chandana, "The concept of youth tourism as a distinct tourism market segment: A review of literature," *Asian Journal of Multidimensional Research*, 8(5), 2019, p.140. また、観光分野における「アウトバウンド」という用語は、調査の限り、1980 年代半ば頃から使われている。第 102 回国会衆議院運輸委員会議録第 9 号 昭和 60 年 4 月 16 日 p.11; 寺島紘士「国際人流増大のためのアウトバウンド政策の新たな展開—アクション・プログラムに盛り込まれた日本人海外旅行の促進等—」『トランスポート』35 巻 12 号, 1985.12, pp.66-69; 「外人旅行客、減少続く、円高の影響ジワリ」『日経産業新聞』1986.4.17.
- (2) 観光立国推進基本法（平成 18 年法律第 117 号）第 18 条は、「国は、観光分野における国際相互交流の促進を図るため、外国政府との協力の推進、我が国と外国との間における地域間の交流の促進、青少年による国際交流の促進等に必要な施策を講ずるものとする」としている。このほか、若者に関わりのある条文として、観光振興に寄与する人材を育成するという観点から「観光地及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実」を掲げた第 16 条がある。
- (3) 例えば、令和元（2019）年の主要旅行業者の部門別取扱高を見ると、総額 5.14 兆円の内訳は、国内旅行取扱高 2.83 兆円、海外旅行取扱高 2.06 兆円、外国人旅行取扱額は 0.26 兆円となっており、海外旅行取扱高は全体の約 4 割を占めている（日本旅行業協会「数字が語る旅行業 2020」p.46. <https://www.jata-net.or.jp/data/stats/2020/pdf/2020_sujryoko.pdf>）。もっとも、旅行業界の活性化のためには、国内市場の活性化が重要であり、そのためには若者の国内旅行を促進していく必要があるという指摘が多い。例として、星野佳路「インバウンドだけでは観光立国にはなれない」『中央公論』132 巻 6 号, 2018.6, pp.160-165; 同「夏前に国内需要は爆発する有事に負けない分散経営」『週刊ダイヤモンド』108 巻 13 号, 2020.3.28, p.46; 山田雄一 (youichi@resort-jp) 「コロナ禍の先へ」2020.8.18. Discussion of Destination Branding <<https://resort-jp.com/2020/08/18/beyond-corona/>> を参照。いずれも、いわゆる団塊の世代の需要が先細りしていく中で、国内旅行市場の維持・活性化のためには、若者の旅行参加が不可欠と述べている。
- (4) 例えば、「若者の海外体験促進へ、継続的に取り組む」『週刊ウイングトラベル』2559 号, 2020.2.17, p.3.

観光の持続可能な発展という観点からも重要と考えられる⁽⁵⁾。

一方、諸外国と比べると日本人の出国率（人口に対する海外旅行者数の割合）は低いと指摘されることがある⁽⁶⁾。例えば、日本と同じ島国の英国では、人口 6753 万人に対して出国者数は 9309 万人、シンガポールでは、人口 580 万人に対して出国者数は 1071 万人であった。その一方、日本では、人口 1 億 2686 万人に対して出国者数は 2008 万人であった（いずれも令和元（2019）年の数値）⁽⁷⁾。国によって出国者の定義（日帰り旅行者を含むか否かなど）や隣国との距離・交通手段等が異なるが、日本の出国率は諸外国と比較すると低い。

ここで日本の若者のアウトバウンド観光にフォーカスしてみると、平成 19（2007）年頃には「若者の海外旅行離れ」が社会問題として報じられていた⁽⁸⁾。実際のところ、確かに旅行者の数は激減していたが、これは若者人口そのものの減少に伴うもので、出国率はほぼ一定であり、実際には若者の海外旅行離れはなかったという指摘もある⁽⁹⁾。

ただし、若者の海外旅行離れが深刻化すると、前述の効果を享受できなくなるほか、将来の旅行市場の縮小につながるおそれがある。また、グローバル人材の不足による中長期的な経済成長の阻害も懸念されている。具体的には、海外渡航の機会が減ることによる海外ビジネスやインバウンド対応に必要な人的スキルの低下であり、それが労働者の質の低下につながるという指摘である⁽¹⁰⁾。このような懸念を払拭し、アウトバウンド観光に期待される効果を日本社会が確実に享受できるようにするためには、アウトバウンド観光に関する若者の動向を注視するとともに、これまでの対応策やその効果をフォローアップすることが必要である。

本稿では、I において、若者のアウトバウンド観光に関する各種の統計や調査研究を整理し、その現状を把握する。次に II において、若者のアウトバウンド観光の傾向を分析した有識者の研究を紹介し、どのような特徴があるのかを確認する。最後に III において、これまでの観光庁等の対応策を整理し、今後の観光政策上の課題を示したい。

(5) 真子和也「持続可能な観光をめぐる政策動向—コロナ時代の観光を見据えて—」『調査と情報—Issue Brief』No.1110, 2020.8.18. <https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_11525355_po_1110.pdf?contentNo=1> では、新型コロナウイルス感染症による観光客数・消費金額の減少や政府の施策を確認しながら、今後の観光の在り方について、持続可能な観光という視点で整理した。

(6) 例えば、中村正人「訪日外国人の増加より、日本人の出国率の低さが気になる」2019.4.10. Forbes JAPAN ウェブサイト <<https://forbesjapan.com/articles/detail/26560/1/1/1>>; 「出国率」JTB 総合研究所ウェブサイト <<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/departure-rate/>>

(7) 日本政府観光局編『JNTO 訪日旅行データハンドブック 2020 年（世界 20 市場）』pp.（シンガポール）1, 8,（英国）1, 9,（日本と世界）1, 7. なお、人口は、2019 年 8 月に集計された 7 月 1 日時点の推計値とされている。

(8) 例えば、「20 代 海外旅行離れのワケ」『日経流通新聞』2007.10.19.

(9) 例えば、松本健太郎「正確に分析すると、違う結果に「若者の海外旅行離れ」の嘘」『週刊東洋経済』6729 号, 2017.6.3, p.43.

(10) 小針誠「アウトバウンド減少は経済成長阻害も—若者だけでない日本人の旅行離れ—」『経済百葉箱』130 号, 2019.3.22. 日本経済研究センターウェブサイト <https://www.jcer.or.jp/jcer_download_log.php?post_id=44744&file_post_id=44740>

I 若者のアウトバウンド観光に関する現状

Iでは、若者のアウトバウンド観光に関する現状について、最近の主要な統計や調査結果を紹介する⁽¹¹⁾。

1 UNWTOレポートに見る若者旅行者の割合

国連世界観光機関（United Nations World Tourism Organization: UNWTO）のアフィリエイトメンバー（賛助会員）であるWYSE（World Youth Student and Educational）Travel Confederationのレポート（2016年）は、15～29歳の若者の海外旅行がもたらす経済的な効果に言及している。例えば、2014年、若者は全世界の国際観光客到着数（1泊以上の訪問客数）全体の23%を占めている。また、その数は2020年までに3.7億人に達し、消費額も4000億ドルに到達すると予測されていた。若者は、金銭的な余裕はないが、時間的な余裕はある場合が多く、特定の観光地に長くとどまることができる。そのため、当該観光地における観光消費額が旅行者一般よりも大きくなることもあると指摘されている⁽¹²⁾。

2 男女別の出国者数

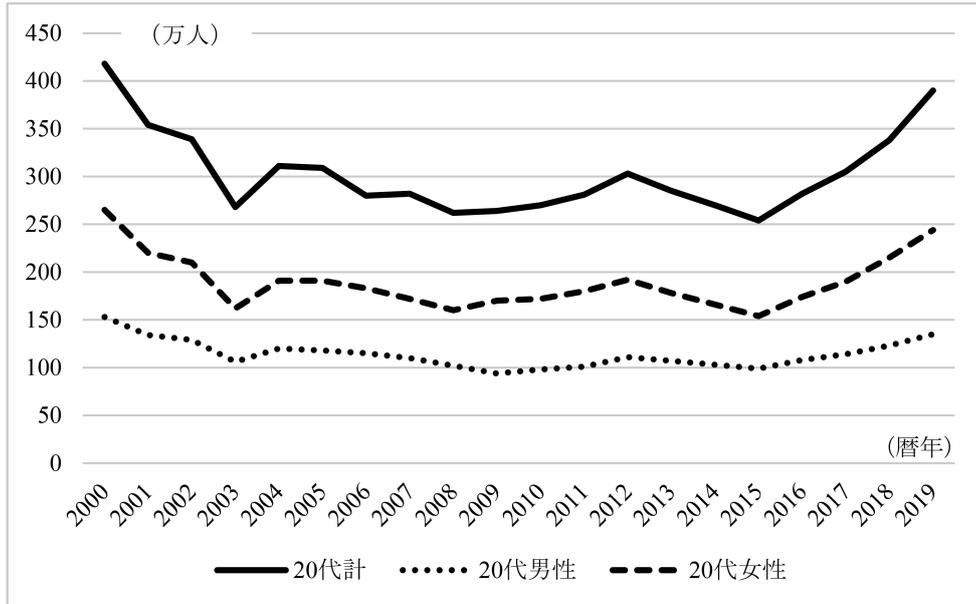
法務省の「出入国管理統計」では、性別・年代別の延べ出国日本人数の推移を確認できる。

図1は、20代の延べ出国者数について、平成12（2000）年以降の数値をグラフ化したものである。この数年の動向を見てみると、平成28（2016）年以降増加傾向にあり、コロナ禍に見舞われる直前の平成31・令和元（2019）年には、400万人に迫った。また、男性よりも女性の出国者数が多くなっている。

(11) 中村哲「若者の海外旅行の実態と意識に関する時系列比較2—2016年調査と2019年調査の比較—」『玉川大学観光学部紀要』6号, 2018, pp.2-3. <https://tamagawa.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=404&file_id=8&file_no=1> において、日本人の海外旅行に関する主要な調査が紹介されている。なお、本稿では観光政策に焦点を当てているため「留学」については触れていないが、留学には国際交流、異文化理解、人材育成等のメリットがあり、その動向を把握し、適切な施策を講じることも重要であろう。留学の効果を説明する最近の論考として、例えば、西村友作「海外留学で培う国際的素養—ローカルに必要な幅広いグローバル人材の育成を—」『人事院月報』853号, 2020.9, pp.16-19を参照。

(12) UNWTO, *Global Report on The Power of Youth Travel* (Affiliate Members Reports: Volume thirteen), 2016, pp.10-11. <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417162>>; 「世界の若年層に注目すべき6つのポイント、2020年には40兆円超の巨大市場に 国連世界観光機関 (UNWTO)」2017.4.12. トラベルボイスウェブサイト <<https://www.travelvoice.jp/20170412-86432>> もっとも、欧米のようなギャップイヤーの制度が日本では一般的ではないため、日本の若者の場合、長期滞在が可能かどうかについては検証の余地があると考えられる。ギャップイヤーとは、「大学の入学前、在学中、卒業してから就職するまでの間などを利用して、ボランティア活動やインターンシップなどの社会活動体験、海外留学などをするための猶予期間」のことである（『日本大百科全書（ニッポニカ）』ジャパンレッジ所収）。

図1 20代の延べ出国者数の推移



(出典) 法務省「出入国管理統計」各年版 <http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html> を基に筆者作成。

このような近年の増加傾向の背景として、『JTB REPORT 2020—日本人海外旅行のすべて—』は、雇用環境の改善のほか、1990年代後半以降に生まれたジュネレーションZ世代の特徴を挙げている。具体的には、デジタルネイティブ世代とされる一方、アナログな体験（バーチャルではなく実際に体験すること）への関心も強いとされており、ここに海外旅行への積極性を見いだせるのではないかと指摘している⁽¹³⁾。

3 「旅行・観光消費動向調査」における旅行経験率

平成30(2018)年以降の「旅行・観光消費動向調査」(年報)⁽¹⁴⁾には、男女・年齢別の国内宿泊旅行及び海外旅行の経験率(実旅行者数/人口)が示されている。表1に、各数値を抜粋した。海外旅行については、平成30(2018)年よりも平成31・令和元(2019)年の経験率の方が高くなっている⁽¹⁵⁾。

表1 20代男女の旅行経験率

国内宿泊旅行			海外旅行		
年	20代男性	20代女性	年	20代男性	20代女性
2018	62.28%	75.51%	2018	9.90%	16.95%
2019	65.99%	80.93%	2019	14.36%	23.41%

(出典) 観光庁「2018年旅行・観光消費動向調査(年報)」<<https://www.mlit.go.jp/common/001342717.xlsx>>及び同「2019年旅行・観光消費動向調査(年報)」<<https://www.mlit.go.jp/common/001342718.xlsx>>を基に筆者作成。

(13) JTB監修, JTB総合研究所編『JTB REPORT 2020—日本人海外旅行のすべて—』2020.8, pp.7-10.

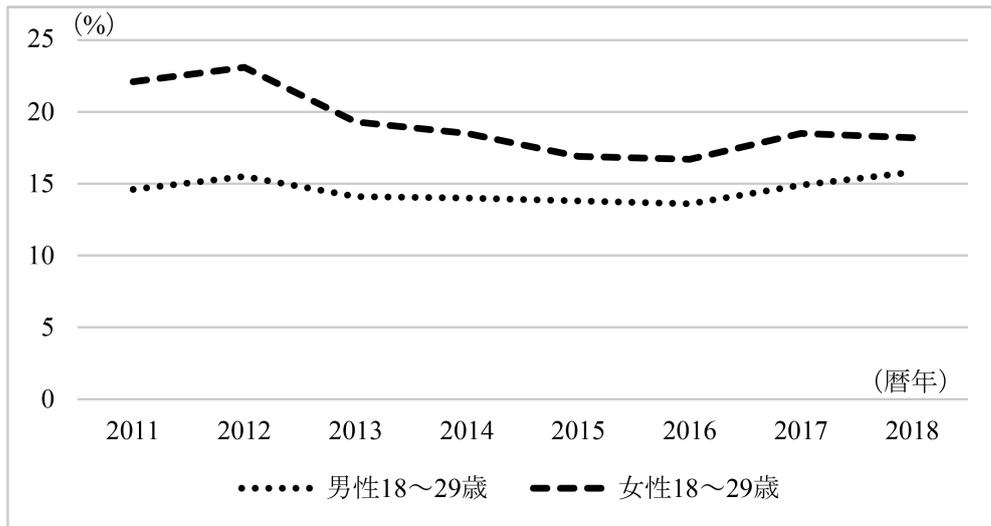
(14) 我が国の旅行の実態を全国規模で把握することを目的とし、住民基本台帳を基に無作為に抽出した日本国内居住者約26,000人を対象とした調査である(「旅行・観光消費動向調査」観光庁ウェブサイト<<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html>>)。

(15) なお、国内旅行については、観光白書(令和2年版)では「若い世代ほど旅行を実施している割合が高く、おおむね上昇傾向にある」と結論付けている(観光庁『令和元年度観光の状況 令和2年度観光施策』(第201回国会(常会)提出) p.50.)。

4 エイビーロード海外旅行調査

株式会社リクルートが運営するウェブサイト「エイビーロード」は、毎年、海外旅行調査を実施している⁽¹⁶⁾。平成24(2012)年版以降では、関東・関西・東海の3地域を対象とした年齢別・性別の海外渡航率(1回以上出国した人の比率)の調査結果が公表されている。図2に、18～29歳の男女別の海外渡航率を抜粋した。渡航率は10～20%台となっており、男性よりも女性の方が高い。

図2 2012年以降の若者の海外渡航率(男女別)



(出典) エイビーロード「海外旅行調査」2012～2019年版 <https://www.ab-road.net/research_center/>を基に筆者作成。

5 『旅行年報』にみる旅行意識

日本交通公社『旅行年報』は、日本人の旅行に対する意識を分析している。表2は、令和2(2020)年における、行ってみたい旅行(国内・海外)の種類に関する20代のアンケート回答を示したものである。20代男性は自然観光(自然や景勝地を見て回る観光旅行)を好む一方、20代女性では海浜リゾート(海辺でゆったり過ごす旅行)や温泉旅行の人気の高くなっている。

(16) なお、エイビーロードについては、令和3(2021)年3月末で全てのサービスを終了することが発表された(『「エイビーロード」サービス終了のお知らせ」2020.9.17. リクルートライフスタイルウェブサイト <https://www.recruit-lifestyle.co.jp/news/pressrelease/travel/nw29723_20200917>)。

表2 20代男女の行ってみたい旅行の種類 (2020年)

順位	20代男性の項目 (%)	順位	20代女性の項目 (%)
1	自然観光 (46.2)	1	海浜リゾート (56.4)
2	グルメ (39.6)	2	温泉旅行 (55.1)
3	温泉旅行 (36.3)	3	テーマパーク (53.8)
4	海浜リゾート (33.0)	4	グルメ (48.7)
5	テーマパーク (27.5)	5	自然観光 (44.9)
6	歴史・文化観光 (26.4) 都市観光 (26.4)	6	都市観光 (43.6)
		7	ショッピング (41.0)
8	海水浴 (17.6) 町並み散策 (17.6)	8	動物園・水族館 (32.1)
		9	リゾートホテル (30.8)
10	マリンスポーツ (16.5)		

(出典) 日本交通公社『旅行年報』2020, p.63 を基に筆者作成。

また、『旅行年報』は、旅行の阻害要因をライフステージ別に分析している⁽¹⁷⁾。「男女・未婚」の人々の旅行の阻害要因が上位3位まで公表されているが、仕事などで休暇が取れない、家族・友人等と休日が重ならない、旅行に関心がないという理由が挙げられている。休暇取得に関連して、特にコロナ禍においては、三密（密閉・密集・密接）にならず、観光客が集中しないよう、休暇を分散して取得することが望ましいとされており⁽¹⁸⁾、有給休暇の取得に関連して働き方改革の観点からも対策を講じていくことが求められる。また、旅行に関心がないという層へのアプローチも考えていく必要がある⁽¹⁹⁾。

6 旅行先の決定要因

ガイドブックの『地球の歩き方』を発行するダイヤモンド・ビッグ社は、令和元（2019）年9月から11月にかけて読者アンケートを実施し、20代の若者の旅の傾向を分析した。ここでは、旅行先の決定に際して決め手となった情報について、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）⁽²⁰⁾、旅行会社、旅行雑誌の活用の度合いは男女間で大きく差があったとされている。例えばSNSについては、女性の約40%が決め手となったと回答したのに対して、男性は約15%にとどまっている（いずれも複数回答）。また、男性の場合、知人の誘いや体験談が大きく影響していることが示されている⁽²¹⁾。

(17) 日本交通公社『旅行年報』2020, p.69.

(18) 令和2（2020）年版観光白書では、コロナ禍の拡大につながる密集を防ぐため、特定の時期や場所に観光客が偏らないよう休暇取得の分散化を目指すことが示されている（観光庁 前掲注(15), pp.49-53; 「休暇取得分散旅先で密集防ぐ 観光白書」『東京新聞』2020.6.17.）。

(19) もっとも、実際には国内宿泊旅行に行っているのは国民の半分程度にとどまるという指摘もある（山田雄一「新型コロナウイルスによって変化する観光地マネジメントについて」『中部圏研究』No.212, 2020.9, pp.2-23. 中部圏社会経済研究所ウェブサイト <https://www.criser.jp/research/documents/kiho212_02_report_Inboundtourism.pdf>）。旅行に関心がない層にはあえて積極的にアプローチしないという選択肢も含めて、どのような層をターゲットとするのか検討することが重要であろう。

(20) 旅行におけるSNSの活用について、福井一喜「東京大都市圏の若者の観光・レジャーとSNS利用」『地理』63巻9号, 2018.9, pp.18-25; 同「第4章 自由がもたらす相互監視の地域差」『自由の地域差—ネット社会の自由と束縛の地理学—』流通経済大学出版会, 2020, pp.77-98 は、東京大都市圏在住の若者がSNS（Twitter及びInstagram）を国内観光・レジャーでどのように用いているのかを分析している。情報収集においては、自治体や観光協会のアカウントは参考にされづらい一方で、企業・店舗や現実の友人・知人の情報が参考にされやすいと指摘している。

(21) 奥健「若者層への海外体験促進 「地球の歩き方」の取り組み事例と読者アンケート結果の紹介」（若者のアウトバウンド推進実行会議第2回資料8）2020.2.3. 観光庁ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/kankochou/iinkai/content/001331641.pdf>>

7 小括

若者のアウトバウンド観光を包括的・体系的に捉える統計やデータは、調査の限り見当たらない。そのため、様々な統計・意識調査を紹介することで若者のアウトバウンド観光の現状を多角的に把握することに努めた。これらの統計や調査は、調査対象がそれぞれ異なっていることもあり、共通した傾向を見いだすことが難しい部分もあるが、若者の海外旅行離れが叫ばれていた平成 19 (2007) 年頃とは異なり、コロナ禍前までは、20 代の延べ出国者数や旅行経験率の増加が見られたことを指摘できよう。その要因として、雇用環境の改善やアナログ体験への好奇心の高まりを指摘する研究もあった。

このほか、男性と女性とで旅行への意識が異なっていることも指摘されており、統計や意識調査からは、総じて女性の方が旅行に積極的に参加していることが読み取れる。また、参加に際して重視する情報源についても異なっていることが示された。

II 若者のアウトバウンド観光の動向を分析した有識者の見解

I では、統計や調査の結果を基に、若者の観光動向や意識を確認した。II では、若者のアウトバウンド観光の動向を分析した有識者の見解を紹介する。

1 旅行者としての若者の特徴

旅行者としての世界の若者を分析した資料によると、旅行者一般と比較して、次の 12 の特徴があるとされている。すなわち、①数多く旅行する傾向があること、②目的を持った旅をすること、③費用が限られていること、④機動力があり、柔軟性に富んでいること、⑤時間の自由が利くこと、⑥新しい・未知の地域を好むこと、⑦旅行先に長期間滞在すること、⑧地域のローカルな商品やサービスを購入すること、⑨テクノロジーや SNS に長けており、ICT プラットフォームを使いこなすこと、⑩リピーターとなりやすいこと、⑪政治的・経済的な課題による交流縮小からの回復が早いこと、⑫大胆で活気に溢れていることである⁽²²⁾。

2 海外旅行の動機

日本人海外旅行者の動機を考察し、①刺激性、②文化見聞、③現地交流、④健康回復（日常生活での身体的疲労やストレスからの回復）、⑤自然体感、⑥意外性、⑦自己拡大の 7 つの尺度を提起する研究がある。その中で若年層（10 代・20 代）については、特に①刺激性（新規性や変化を経験することやそれらの経験から感じる驚きや興奮を求めたい）及び⑥意外性（計画に未定の部分を残したままの旅行で遭遇する出来事や人との出会いを楽しみたい）という動機が強いと考察している。この背景として、若年層は自己拡大（自己の内面的成長）への動機が強く、不確実性の高い状況を乗り越えることで自尊心を高め、自己成長を図ることを求めていると分析している⁽²³⁾。

(22) Ahmed and Chandana, *op.cit.*(1), p.143. ただし、このような特徴が現代の若者に限ったものなのか、すなわちこれまでにない特別な世代として捉えるべきなのか、留意すべきという指摘がある。例えば、IT 技術の多用性について、「その時々々の生活技術の変化として理解されるべきもの」という見解がある（大橋昭一「Y 世代とツーリズム—ツーリズムに革新的新しい方向をもたらすものか—」『観光学』9号, 2013.9, p.8.）。

(23) 林幸史・藤原武弘「訪問地域、旅行形態、年齢別にみた日本人海外旅行者の観光動機」『実験社会心理学研究』48 卷 1 号, 2008, pp.17-31. J-Stage ウェブサイト <https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp/48/1/48_1_17/_pdf/-char/ja>; 中村哲「観光動機」白坂蕃ほか『観光の事典』朝倉書店, 2019, pp.30-31.

3 体験重視の観光

山口誠『ニッポンの海外旅行』は、2000年代半ばの若者の海外旅行離れに関する言説を取り上げている。そこでは、テロ・戦争による危険な海外というイメージの広がり、インターネットの普及による既視感のまん延、若者の内向き化・草食化といった一般的な言説に疑問を呈しながら、「どこに行っても同じような「買い・食い」体験をする」⁽²⁴⁾ ような旅行が飽きられた結果として若者が海外旅行から離れていったと指摘する。同時に、ボランティアツアー、絶景ツアーといった新しい形の海外旅行、すなわち商品消費ではなく体験重視の観光は他の世代と同様に若者にも受け入れられていると指摘し、日本の旅行会社やガイドブックの商品企画力の乏しさに言及している⁽²⁵⁾。

4 海外旅行の阻害要因と対応策

中村哲・玉川大学観光学部教授らは、平成19(2007)年頃の若者の海外旅行離れに関する様々な報道や議論を受け、その要因を分析している。そこでは、2000年代後半に生じたこの現象を「日本人の若者の海外出国率が最も高かった1990年代と比較して、2000年代の若者の出国率が全体として低迷していた現象」と定義している⁽²⁶⁾。その上で、若者が海外旅行に行かない理由(阻害要因)として、①滞在不安(衛生面・治安・トラブルなど)、②計画負担(事前準備など)、③同行者・自分(同行者の有無・自らの健康問題など)、④言語不安(コミュニケーションの不安など)、⑤時間不足(休みの取りやすさなど)、⑥金銭不足(費用など)を挙げている⁽²⁷⁾。そして、積極的に海外旅行をする前提として、自己効力感(海外旅行をうまくやれるという自信)を高めることの重要性を指摘している。すなわち、「自己効力感が高まると阻害要因の感じ方が弱くなり、阻害要因を乗り越えようとするすり合わせ努力も活発に行われるようになる」⁽²⁸⁾と考察している。

5 小括

ここで紹介した調査・研究成果によると、若者はSNSを使いこなし、国家間の政治・経済的な摩擦に影響されづらいといった特徴があるとされている。コロナ禍以前には、日韓関係が悪化している状況下において、「SNSを通して韓国のファッションや文化に親しむ10～20代の女性たちが、政治の壁を越えて交流を支えている」という報道もあった⁽²⁹⁾。

また、旅行に刺激性や意外性を求める傾向が他の世代よりも強いとされている。例えば、パッケージツアーに参加した若者が「おもしろかったけど、つまらなかった。その場所で見える感動は確かにあったが、想像通りだった」という感想を述べたことを報じる記事があるが、インターネット・SNSなどで事前に調べていた情報を旅行で「答え合わせ」するだけのツアーには魅力がないのだろう⁽³⁰⁾。そのような状況と関連すると考えられるが、体験重視の観光の重要性が指摘されていることも一考すべきであろう。

(24) 山口誠『ニッポンの海外旅行』筑摩書房、2010、p.220。

(25) 山口 同上、p.220; 同「若者の旅」白坂蕃ほか『観光の事典』朝倉書店、2019、pp.378-379。

(26) 中村哲「第1章 「若者の海外旅行離れ」の登場—統計データから読み取れること—」中村哲・西村幸子・高井典子『「若者の海外旅行離れ」を読み解く—観光行動論からのアプローチ—』法律文化社、2014、p.24。

(27) 高井典子・西村幸子・中村哲「終章 「若者の海外旅行離れ」とは何だったのか」中村・西村・高井、同上、p.228。

(28) 高井・西村・中村、同上、p.231。

(29) 「政治関係、陰悪だけど… 日本からの訪韓客最多 SNS 通じ「第3次」の波」『朝日新聞』2019.6.2。

(30) 「特集 No.491 若者よ、もっと海外へ 海旅の魅力はどうアピールする?」『旬刊旅行新聞』2018.5.1。

加えて、自己効力感を高めることで様々な阻害要因を乗り越えて積極的な旅行参加につながっていくという分析もある。このような阻害要因の除去や自己効力感を高めるための施策が求められていると考えられる。

Ⅲ 若者のアウトバウンド観光促進に関する政策動向

Ⅲでは、若者の観光促進に関するこれまでの政策について、政府のアウトバウンド施策を中心に整理し、若干の課題を述べる。

1 テン・ミリオン計画

昭和 62 (1987) 年 9 月、「海外旅行倍増計画」(テン・ミリオン計画) が策定された。ここでは、前年時点の日本人海外旅行者数 552 万人をおおむね 5 年間で 1000 万人に倍増することが目標とされた。この計画は、「1980 年代日米貿易摩擦が激しい頃、日本のドル減らしを直接の目的として構想された」⁽³¹⁾ ものであり、当時我が国の貿易黒字の大きさが米国等から批判されたため、その対応として積極的に海外旅行を促進した珍しい政策と評価されている⁽³²⁾。

具体的な施策として、①海外旅行促進キャンペーン等の実施、②海外における日本人観光客の受入環境の改善、③海外旅行促進の環境整備、④航空輸送の整備、⑤外航客船(クルーズ船)旅行の促進、⑥「海外旅行促進フォーラム」の活動の推進が掲げられた。このうち、若者のアウトバウンド観光に係る施策としては、③海外旅行促進の環境整備の中で、海外修学旅行の促進が挙げられた。また、⑥海外旅行促進フォーラムは、テン・ミリオン計画を民間サイドから支援するために、旅行業者、航空会社、観光関連事業者、地方自治体、外国政府観光機関等によって昭和 62 (1987) 年 11 月 12 日に設立された会議体で、その幹事会の下に海外修学旅行懇談会が設けられた⁽³³⁾。

このように、計画全体の背景として貿易摩擦の解消があるが、海外修学旅行の促進の背景には、「感受性の豊かな若い時代に外国の土を踏み現地の人々と接触を持つことは、人生経験として極めて有意義であって、日本人の国際化に資する」⁽³⁴⁾ という考え方があった。

2 観光交流拡大計画 (Two Way Tourism 21)

平成 3 (1991) 年 7 月、運輸省は「観光交流拡大計画」(Two Way Tourism 21) を策定した。テン・ミリオン計画の目標であった海外旅行者数 1000 万人到達が前倒しで達成され、新たな計画が必要となったことが背景にあるとされる。

「ポスト・テン・ミリオン」とも称されたこの計画では、インバウンドに軸足を置きつつ、インバウンド・アウトバウンド双方向の観光交流の拡大やアウトバウンド観光の質の向上が目指されていた。このうち、若者のアウトバウンド観光に関する施策としては、テン・ミリオン計画に引き続いて、海外修学旅行の促進や相手国の若者との交流の場の拡大が盛り込まれていた⁽³⁵⁾。

(31) 寺前秀一『観光政策・制度入門』ぎょうせい, 2006, p.29.

(32) 羽生冬佳「諸外国およびわが国における観光行政の比較」『国総研アニュアルレポート』2005, pp.18-21.
<https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_10017939_po_annual06.pdf?contentNo=1&alternativeNo=>

(33) 進藤敦丸『観光行政と政策』明現社, 1999, pp.47-48.

(34) 寺前秀一「海外旅行倍増計画における修学旅行の推進について」『修学旅行』35 巻 10 号, 1987.10, p.35.

(35) 霊山智彦「『観光交流拡大計画』を点検する」『観光文化』15 巻 5 号, 1991.9, pp.12-17.

3 観光立国推進基本計画（第1期）

観光立国推進基本法の規定に基づき策定された「観光立国推進基本計画」（平成19年6月閣議決定）では、若者の国際交流の促進に言及がなされている。具体的には、訪日教育旅行の促進、ワーキング・ホリデーの活用、ホームステイの促進、海外の若者との交流促進（海外の若者の長期招へい事業、日本の若者の東アジアへの派遣など）が示された⁽³⁶⁾。

観光庁によるこの計画のフォローアップ（平成22（2010）年）では、訪日教育旅行の促進（インバウンド）についてはおおむね順調に外国人の若者の受入者数が増加しているとされているほか、アウトバウンドについては若者旅行振興研究会（後述）の立上げなどが紹介されている⁽³⁷⁾。

4 観光庁「アウトバウンド施策」

平成19（2007）年に若者の海外旅行離れが大きく報じられるようになって以降の、政府及び旅行業界の主な対応は、次のとおりである⁽³⁸⁾。

観光庁は、平成20（2008）年12月に「アウトバウンド施策（日本人の海外旅行振興策）」を策定し、若者向けの対策として、①教育関係者との連携による若年層の国際相互理解増進、②海外修学旅行の実施拡大に向けた環境整備を挙げた。翌年1月に策定され、4月に改定された「観光庁アクションプラン」では、①海外修学旅行の実施拡大に向けたマニュアルの策定、②教育関係者等と意見交換を行った上での課題整理と取組の展開が示された。

同年7月に観光庁は「若年層アウトバウンド促進のための大学関係者との共同事業」をスタートさせ、それを発展改組して「若者旅行振興研究会」が平成22（2010）年7月から2年間開催された。この研究会では、将来的な旅行市場の維持を図るためにどうすれば若者を旅行に参加させることができるかが検討され、旅行への参加をアピールするためのポイントとして、①旅の目的の明確化、②ICTツールを活用した商品の販売の重要性が指摘された。

また、旅行業界では、日本旅行業協会（JATA）が、①実態調査の実施、②学園祭応援プログラム、③学生からの旅行企画募集及び優秀作品発表、④学生と旅行業界関係者の意見交換会等を実施した。

5 観光立国推進基本計画（第2期）

平成23（2011）年3月11日に発生した東日本大震災は、観光分野にも大きな影響を及ぼした。平成24（2012）年3月に策定された「観光立国推進基本計画」（第2期）では、震災からの復興が大きな柱となっている。

ここでは、日本人全体の海外旅行者数を平成28（2016）年までに2000万人にするという目標が掲げられており、そのうち若者のアウトバウンド観光については、若年層（20～29歳）の海外旅行者数を平成28（2016）年までに300万人に引き上げることが参考指標として明示された。この参考指標については、若年層の旅行を促進する必要があるとの考えから新たに導入

(36) 「観光立国推進基本計画」（平成19年6月29日閣議決定）pp.40-41. 国土交通省ウェブサイト <https://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/01/010629_3/01.pdf>

(37) 「観光立国推進基本計画目標のフォローアップ」（交通政策審議会第13回観光分科会配布資料5-2（参考）2010.11.22, p.1.3. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/000129164.pdf>>

(38) 中村ほか 前掲注(26), pp.37-43の記述をまとめた。

されている⁽³⁹⁾。また、若年層の旅行（国内旅行も含む）の促進が必要な理由として、旅行市場の維持拡大、若年層の自己の見つめ直しと成長、地域の魅力に触れ日本を愛する気持ちを培う機会の増大が挙げられていた⁽⁴⁰⁾。

数値目標については、観光立国推進基本計画（第3期、詳細は後述）の中で、次のようにフォローアップされている。すなわち、「若年層についても、全体と同様に為替の影響を受けていると考えられ、平成22〔2010〕年からは増加が続き、平成24〔2012〕年には303万人と目標に到達したものの、平成25〔2013〕年以降は減少に転じた。平成27〔2015〕年の若年層の海外旅行者数は、平成22〔2010〕年と比べて5.9%減となり、全体の2.6%減よりもやや減少が大きかった」⁽⁴¹⁾とされている（〔 〕内は筆者補記）。

ただし、目標年である平成28（2016）年の若年層の海外旅行者数は282万人であり、前年より増加していた。このような若年層及び日本全体の海外旅行者数の増加要因として、長期休暇の取りやすいカレンダーの並びであったこと、円高が進んだこと、石油価格の下落に伴う国際線の燃油サーチャージの廃止などが指摘されている⁽⁴²⁾。

6 明日の日本を支える観光ビジョン

内閣総理大臣を議長とする明日の日本を支える観光ビジョン構想会議が平成28（2016）年3月に決定した「明日の日本を支える観光ビジョン」においては、「視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」という柱の中で、「若者のアウトバウンド活性化」に触れられており、関係省庁・旅行業団体と議論を開始し、平成28（2016）年度内を目途に結論を得るとされている⁽⁴³⁾。この項目は、ビジョンの中で唯一アウトバウンド観光に触れた箇所でもある。

7 観光立国推進基本計画（第3期）

平成29（2017）年3月に策定された「観光立国推進基本計画」（第3期）においては、令和2（2020）年までに日本人の海外旅行者数を2000万人にするという目標を掲げながら、若者関連では、①令和2（2020）年までの若年層（20～29歳）の国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数を3泊程度にすること、②国内宿泊観光旅行を行わない若年層（同）の割合を40%程度にすること、③若年層の海外旅行者数を年間350万人にすることについて、それぞれ参考指標として示された。③については、若者に限らず日本人の海外旅行の促進が、国際観光の

(39) 「交通政策審議会観光分科会（懇談会）」議事録，2011.12.12，p.7. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/000204819.pdf>>

(40) 「観光立国推進基本計画」（平成24年3月30日閣議決定）pp.10, 57. 観光庁ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/000208713.pdf>>

(41) 「観光立国推進基本計画」（平成29年3月28日閣議決定）pp.8-9. 観光庁ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001299664.pdf>>

(42) JTB 監修，JTB 総合研究所編『JTB REPORT 2017—日本人海外旅行のすべて—』2017，p.1.

(43) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン」2016.3.30，p.19. 首相官邸ウェブサイト <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/pdf/honbun.pdf>

向上、双方向交流の拡大によるインバウンドの拡大に貢献し得ると述べている⁽⁴⁴⁾。

この計画の終期は令和2(2020)年度末であり、本稿の執筆時現在、次期計画の検討が進められている。第3期計画の主な施策目標と実施状況を紹介した、国土交通大臣の諮問機関である交通政策審議会(観光分科会)の資料によれば、「若者のアウトバウンド活性化に向け「ハタチの一步 20歳初めての海外体験プロジェクト」(後述)を実施するなどの官民一体の取組を着実に推進した結果、日本人の海外旅行者数は令和元年に2008万人となり、目標を1年前倒しで達成」とされている⁽⁴⁵⁾。総数が2000万人を突破したのは史上初めてのことであり、これについて、近年の海外旅行市場をけん引しているのは20代の女性という指摘もある⁽⁴⁶⁾。20代の延べ出国者数も400万人に迫った。

このように、総数2000万人という数値目標及び若年層の海外旅行者数350万人という参考指標は達成されており、その点は評価されるべきである⁽⁴⁷⁾。ただし、その要因については、「ハタチの一步」(後述)のような官民一体の取組のほかに、雇用環境の改善、格安航空会社の路線数の増加、査証なしで訪問できる国の増加、暦の並び(連休による休暇の取りやすさ)があるといった指摘もあり⁽⁴⁸⁾、数値の増減には政策以外にも様々な要素が複合的に入り組んでいるのが実態であろう。したがって、どの政策が数値目標の達成に貢献したのか、その要因を多角的に分析していくことが望まれよう。

8 若者のアウトバウンド活性化に関する検討会・若者のアウトバウンド推進実行会議

明日の日本を支える観光ビジョンを受けて、平成29(2017)年12月、観光庁に「若者のアウトバウンド活性化に関する検討会」(座長:森下晶美・東洋大学国際観光学部教授)が設けられた。この検討会では、20代の若者をターゲットに、海外旅行の阻害要因や今後の活性化方策等が議論された。そして、平成30(2018)年7月に公表された「最終とりまとめ」には、アウトバウンドの促進が国際感覚の涵養や国際相互理解の増進にも資することが盛り込まれた⁽⁴⁹⁾。

この「最終とりまとめ」を踏まえ、若者の海外体験を広げていくための国民的ムーブメントを醸成しつつ、若者の「海外体験」応援プログラムを策定するため、平成31(2019)年1月に「若者のアウトバウンド推進実行会議」が設置された。この会議には、観光庁、文部科学省、外務省、経済産業省のほか、地方自治体関係団体(自治体国際化協会)、教育関係団体(全国修学旅行研

(44) 「観光立国推進基本計画」前掲注(41), pp.11, 14. 関連して、インバウンドの受入体制の整備の一環として「国民のひとりひとりが、「言葉の通じない異国を旅する」ということがどういうことなのか、海外旅行のどのような体験が満足をもたらすのか、また、海外旅行のどのような場面で不安や不便を感じるのか、といったことを理解していることが必要」(中村哲・西村幸子・高井典子「日本人の海外旅行の一般的意思決定に関するモデル」『玉川大学観光学部紀要』4号, 2016, p.2. <https://tamagawa.repo.nii.ac.jp/index.php?action=pages_view_main&active_action=repository_action_common_download&item_id=407&item_no=1&attribute_id=8&file_no=1&page_id=13&block_id=21>)というように、アウトバウンド観光の推進によって訪日旅客の日本滞在の質の向上につなげていくべきという指摘もある。

(45) 「現行基本計画のフォローアップ」(交通政策審議会第37回観光分科会資料1) 2020.8.27, p.14. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001360713.pdf>>

(46) 例えば、早野陽子「需要回復の早いZ世代に標準」『Travel Journal』57巻35号, 2020.9.14, pp.14-15.

(47) なお、数値目標に関連して、出入国管理統計で判明するのは前述のとおり延べ出国者数であり、一人で複数回出国している事例も多く想定されることから、「一部の海外旅行者が何度も渡航した影響なのか、それとも多くの若者が海外を旅行するようになったのか」という問いが生じるとされている(中村 前掲注(11))。

(48) JTB監修, JTB総合研究所編 前掲注(13); 「海外旅行 初の2000万人超」『日経産業新聞』2020.1.20.

(49) 若者のアウトバウンド活性化に関する検討会「最終とりまとめ～次世代を担う若者への「海外体験」のススメ～」2018.7. 観光庁ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001247187.pdf>>

究協会ほか)、経済関係団体(日本経済団体連合会ほか)、観光関係団体・事業者(日本旅行業協会ほか)も参加しており、幅広い観点からの対策が検討されている⁽⁵⁰⁾。

同年1月24日の第1回会合の議事要旨によれば、外務省は国際交流の促進や安全情報の発信、文部科学省はグローバル人材の不足や日本人の内向き志向の解消、経済産業省はクールジャパン政策への寄与(海外への発信に興味を持つ若者の増加)の観点から、若者のアウトバウンド旅行の推進をそれぞれ支援している⁽⁵¹⁾。

9 ハタチの一步プロジェクト

平成31・令和元(2019)年度から「ハタチの一步プロジェクト—20歳 初めての海外体験プロジェクト—」がスタートした。海外旅行を未経験の若者に対して、費用負担なしでツアーを提供するものである。日本旅行業協会(JATA)が中心となり、旅行会社が添乗員派遣や旅程管理を、航空会社が航空運賃を、各国・地域の政府観光局が地上手配を、空港会社がパスポート取得代金をそれぞれ支援している。帰国後には、SNSでの情報発信が義務とされている。これは民間主導の事業であって、観光庁の予算(後述)には計上されていない。また、令和2(2020)年度は、コロナ禍の影響により、実施されない⁽⁵²⁾。

10 近年の観光庁予算

令和2(2020)年度の観光庁予算においては、「教育旅行を通じた青少年の国際交流の促進」として1000万円が計上されている。背景としては、訪日教育旅行が伸びているのに対し、一部の国への日本からの教育旅行が減少傾向にあることから、双方向交流のバランスを図る必要があるとされている。それと同時に、各国の将来を担う若者の交流のより一層の拡大が目的とされており、具体的な施策として、官民連携の協議会を設置した上で、海外教育旅行についての現状・課題等を整理し、解決に向けた取組をフォローアップするとともに、国内における普及・啓発活動を展開することとしている⁽⁵³⁾。令和2(2020)年度の行政事業レビューシートによれば、同年度における公立高等学校の海外修学旅行・海外研修の参加人数を227,000人とすることが成果目標とされている⁽⁵⁴⁾。

また、令和3(2021)年度の観光庁予算概算要求においては、この費用として3000万円が要求された。取組の内容は、前述の協議体の設置に加えて、海外教育旅行の更なる促進に向けた諸外国との協議等となっている。その後、令和3年度予算概算決定において、2000万円が計上されることとなった⁽⁵⁵⁾。

(50) 「若者のアウトバウンド推進実行会議」観光庁ウェブサイト <https://www.mlit.go.jp/kankocho/iinkai/wakamono_suishin.html>; 「若者のアウトバウンド活性化に関する観光庁の取り組みについて」『OTOA NEWS』No.165, 2019.3.15, pp.1-2. OTOAは、日本海外ツアーオペレーター協会(Overseas Tour Operators Association of Japan)の略称。

(51) 「若者のアウトバウンド推進実行会議 第1回議事要旨」2019.1.24. 観光庁ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001272024.pdf>>

(52) 「若者の海外体験促進へ、継続的に取り組む」『週刊ウイングトラベル』2559号, 2020.2.17, p.3; 「若者の海旅活性化へ、「ハタチの一步」参加者報告も(第2回推進実行会議)」『旬刊旅行新聞』2020.2.21.

(53) 観光庁「令和2年度 観光庁関係予算概要」2020.1, p.17. <<https://www.mlit.go.jp/common/001323644.pdf>>; 高岸洋行「観光庁予算を読む 総額681億円はどう使われるのか」『Travel Journal』57巻7号, 2020.2.24, p.13.

(54) 「新02-0023 教育旅行を通じた青少年の国際交流の促進(観光庁)」国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001357883.xlsx>>

(55) 観光庁「令和3年度 観光庁関係予算概算要求概要」2020.9, p.6. <<https://www.mlit.go.jp/common/001364204.pdf>>; 観光庁「令和3年度 観光庁関係予算概算決定」2020.12, p.32. <<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/yosan/content/001378867.pdf>>

このように、観光庁の施策は、インバウンド・アウトバウンドのバランスという観点から主として講じられている⁽⁵⁶⁾。これは、端的に言えば量（出国者数）の問題である。ただし、将来を担う若者の交流拡大も目的とされており、どのような海外教育旅行の在り方が望ましいのか、質の追求も不可欠であろう。

1.1 小括及び今後の課題

アウトバウンド観光政策における若者の扱いを改めて振り返ると、アウトバウンド観光には貿易黒字への対応という側面があった一方で、国際交流や異文化理解といった観点からの施策が講じられてきた。観光政策の基本となる観光立国推進基本法においても、若者の国際交流の拡大が重視されており、近年の観光庁予算においても、海外教育旅行の促進といった国際交流に関する事業が予算化されている。

一方、「明日の日本を支える観光ビジョン」では、観光産業の基幹産業化の一環として、若者のアウトバウンド活性化が推進されている。ここでは旅行業団体等と連携して取り組むことが想定されており、観光産業の一翼を成す旅行業界の活性化も意図されているものと考えられる。

また、インバウンドとアウトバウンドのバランスのとれた発展が重要という考え方も、施策の背景にある。昨今の海外教育旅行の推進施策には、この考え方が含まれている。

このように、若者のアウトバウンド観光の推進には様々な政策目的が併存しており、観光立国推進基本法では若者の国際交流が重視されているが、具体的な施策については、目的の優先順位は必ずしも明らかではない。また、それらの政策の効果を測る際には、測定しづらい・できない部分もあるのが実態であろう。数値で示せる部分については、参考指標という形で、観光立国推進基本計画の中に若者の出国者数への言及があった。その一方、海外旅行の全てが国際交流やグローバル人材の育成に寄与するわけではないとの指摘もあり⁽⁵⁷⁾、数値目標で示しづらい国際交流や人材育成といった目的についても、例えばどのような旅の形式・内容であれば国際交流やグローバル人材の育成に寄与するのかについて検討を深め、政策の立案・遂行に生かしていくことも重要である。

この点に関連して、ANA ホールディングスは、科学的に旅の効用を立証するプロジェクトを立ち上げ、旅行が人間の成長を促すエビデンスを観光学、教育工学、幸福学の観点から示そうとしている⁽⁵⁸⁾。このような科学的な見地を重視した政策形成も有益であろう。

なお、観光庁の施策以外にも、船・航空機を用いた若者の国際交流など、様々な形の国際交流活動が内閣府、外務省、文部科学省により実施されている⁽⁵⁹⁾。国際交流の推進は、観光庁だ

(56) 「特集 イン・アウト連携を進めよう」『Travel Journal』57巻6号, 2020.2.17, p.11 では、「インバウンド需要増大により航空座席供給量が増せばアウトバウンドも促進し、双方向の需要が増大。さらなる路便拡大につながり好循環を生む。特に地方都市にはインバウンドあつての航空路線維持という側面もあり、地方発アウトバウンドでイン・アウト連携は喫緊の課題」と指摘されている。

(57) 例えば、藤原健志ほか「高校生における異文化体験と国際的資質の関連—海外研修旅行の効果—」『筑波大学学校教育論集』38巻, 2016.3, pp.1-12. <https://tsukuba.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=43586&item_no=1&attribute_id=17&file_no=3> は、高校生の国際研修旅行の成果について、全ての生徒が一律に国際的資質（異文化・自国文化への理解など）を高めるわけではないと指摘している。

(58) 「ANA、旅の効用を科学的に立証へ」『Travel Journal』57巻26号, 2020.7.6, p.6; 「消えたインバウンド客 観光産業のこれから」『経済界』55巻8号, 2020.9, pp.32-33.

(59) 内閣府『子供・若者白書 令和2年版』pp.209-211. <https://www8.cao.go.jp/youth/whitepaper/r02honpen/pdf/b1_06_01.pdf>

けに閉じたものではないため、省庁間の連携が重要であり、各省庁は、行政の重複とならないよう、どのような目的で政策を遂行するのかを常に念頭に置くことが求められよう。

また、コロナ禍ではインバウンド・アウトバウンドともに観光客が激減している。UNWTOが令和2（2020）年9月に公表したレポートでは、国際観光客到着数がコロナ禍以前のレベルに回復するには、少なくとも2年半から4年程度必要と予測されている⁽⁶⁰⁾。その一方、旅行者としての若者は、政治的・経済的な交流縮小からの回復が早いという指摘があるように（本稿Ⅱ1を参照）、若者の観光需要に期待する声も上がっている⁽⁶¹⁾。アウトバウンド観光に期待されるメリットはコロナ禍を経ても変わらないと考えられるため、今後の需要回復に備え、どのような政策が有効であるのか検討を続け、必要な施策を講じるべきであろう。

おわりに

本稿では、若者のアウトバウンド観光促進について、統計等で現状を確認し、有識者の見解を紹介しながら、政府の政策動向を整理した。そこでは、必ずしも関連データや傾向の分析が十分とは言えないこと、政府の政策からも必ずしも複数の政策目的の関係や優先順位が読み取れないことを指摘した。

諸外国・地域との人の往来が制限されているコロナ禍においては、アウトバウンド観光需要を国内旅行市場に取り込むことで国内の観光産業の維持や成長につなげることが模索されているが⁽⁶²⁾、若者のアウトバウンド観光には、観光産業の発展だけでなく⁽⁶³⁾、国際交流の促進や本人の内面的な成長、グローバル人材の育成に寄与する部分があると考えられている。それらの具体的な効果の測定には困難な部分もあるが、若者の積極的なアウトバウンド観光参加により、参加者本人だけでなく、様々な関係者（ステークホルダー）に対してポジティブな効果をもたらすことが期待されている。

多くの人々が旅の楽しみや効果を経験的に知っていると考えられる中で⁽⁶⁴⁾、その経験や価値を科学的に「言語化」することが政策遂行の際には重要である⁽⁶⁵⁾。どのような施策が効果的なのか、誰が施策を主導するのか、どのような連携が必要なのか、議論が更に深まり、政策の効果も上がっていくことを期待したい⁽⁶⁶⁾。

（まなこ かずや）

(60) UNWTO, *International Tourist Numbers Down 65% in First Half of 2020*, UNWTO Reports, 2020.9.15. <<https://www.unwto.org/news/international-tourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>>

(61) 早野 前掲注(46), pp.14-15.

(62) 例えば、山田久「ウイズコロナ下での脱・外需依存成長の途—地方・大都市連携による内需開拓を—」2020.7.31. 日本総合研究所ウェブサイト <<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/viewpoint/pdf/11993.pdf>>

(63) ただし、旅行会社を経由しない海外旅行も増えているとされ（例：OTA（Online Travel Agent）の活用）、店舗を構える従来型の旅行業者の利益につながらない可能性もある。

(64) 前田勇「旅する理由と心理、旅の楽しさ」『ノーマライゼーション』291号, 2005.10. 障害保健福祉研究情報システムウェブサイト <<https://www.dinf.ne.jp/doc/japanese/prdl/jsrd/norma/n291/n291002.html>>

(65) 鮫島卓「旅をすることの意味合いとは」『Travel Journal』57巻30号, 2020.8.3, pp.16-17.

(66) 例えば、施策を主導するステークホルダーについて考えてみると、旅行業界が若者のアウトバウンド推進策を検討・実施するのは自らの市場維持・拡大のためであり、自然なことである。次に、観光庁は旅行業界を所管しているので、業界の活性化に寄与する施策を講じることは政策としてあり得る。また、インバウンド観光とアウトバウンド観光のバランスをとることが重要という指摘もあることから、インバウンド観光を振興する省庁がアウトバウンド観光を推進することも当然という見方もあろう。