

カリフォルニア州の観光産業の動向について

平成24年1月10日
サンフランシスコ産業情報センター
駐在員 佐藤 賢児

昨年12月に、観光分野を専門とするコンサルティング企業のツーリズム・エコノミクス (Tourism Economics) が、2011年におけるカリフォルニア州の観光産業の予測を発表しました。この見通しは、カリフォルニア州観光局 (California Travel and Tourism Commission: 以下「CTTC」) を始め、旅行、宿泊、飲食業など州内の観光産業の関連業界で組織される「ビジット・カリフォルニア (Visit California)」が、ツーリズム・エコノミクスに調査を委託し報告されたものです。

今回は、この観光予測と「カリフォルニア州観光白書 (以下「観光白書」)」を基に、カリフォルニア州の観光産業の動向について報告します。

1 2011年の観光産業の見通し

2011年における、カリフォルニア州の観光概況データを見ると、まず、国内外からの訪問客による観光関連の支出額が、前年比約10%増の1,040.6億ドル (≒ 約8兆126億円) に達する見通しとなっています。同州にとって、観光収入額が1,000億ドルを超えるのは初めてのことであり、地元のメディアでも大きく取り上げられました。

また、米国内からの訪問客数は前年比3.5%増、国外からは同6.9%増など、国内外からの訪問客数が、共に順調に増加する見通しです。

カリフォルニア州の観光概況 (%は対前年比)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
訪問客数合計	△ 6.8%	5.9%	3.8%	1.9%	2.1%	2.3%	2.6%
国内							
訪問客数	△ 6.6%	5.6%	3.5%	1.6%	1.9%	2.1%	2.2%
余暇による訪問客	△ 7.0%	4.9%	3.9%	1.5%	1.8%	2.2%	2.3%
国外							
訪問客数	△ 9.1%	9.0%	6.9%	4.7%	4.6%	5.3%	5.5%
余暇による訪問客	△ 3.4%	10.6%	6.9%	4.8%	4.7%	5.3%	5.5%
観光支出合計 (単位:10億ドル)	88.5	95.1	104.6	109.9	115.5	121.8	128.0
国内	72.7	77.0	84.6	88.3	92.3	97.1	101.7
国外	15.8	18.1	20.0	21.7	23.2	24.7	26.3

(国内からの観光客)

米国内各州からの訪問動向については、カリフォルニア州に近隣するアリゾナ、ネバダ、オレゴン、ワシントン、ユタ、コロラド州からの観光客が主要市場となっており、また、テキサス、ニューヨーク、イリノイ州などの潜在市場を含めたその他の州から

の観光客数も、今後、数年間に渡って順調に増加する見通しとなっています。

その他には、

- 近隣の各州からの観光客数が多いこともあり、移動手段は飛行機よりも自動車の伸び率の方が大きい。
- 宿泊旅行の伸び率が、日帰り旅行よりも上回っている。
- 宿泊単価の上昇により、国内からの旅行者の観光関連の支出額が、前年比 9.7% に上昇している。
- しかし、景気の先行きの不透明感により、2012 年の国内からの観光客数の増加率は、少し鈍化する見込みである。
ことが、2011 年から 2012 年における米国内からの観光客の動向として報告されています。

国内からカリフォルニア州への余暇旅行(%は対前年比)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
訪問客数合計	△ 7.0%	4.9%	3.9%	1.5%	1.8%	2.2%	2.3%
カリフォルニア州	△ 5.2%	6.8%	3.7%	1.5%	1.9%	1.9%	2.0%
主要市場計	△ 11.2%	2.3%	4.6%	1.3%	1.9%	3.3%	3.7%
アリゾナ州	△ 11.0%	9.0%	6.0%	1.9%	2.2%	3.1%	3.2%
ネバダ州	△ 16.6%	△ 0.9%	1.4%	0.7%	0.7%	3.2%	4.3%
オレゴン州	0.2%	△ 0.2%	7.6%	0.2%	1.9%	3.7%	3.9%
ワシントン州	△ 25.9%	△ 1.1%	5.8%	1.9%	2.7%	3.6%	3.9%
ユタ州	△ 8.1%	△ 4.9%	0.4%	0.7%	2.1%	3.7%	3.7%
コロラド州	12.4%	3.8%	5.1%	1.8%	2.3%	3.2%	3.6%
潜在市場計	6.8%	1.6%	3.5%	1.6%	2.1%	3.0%	3.5%
テキサス州	8.2%	2.0%	4.4%	2.2%	2.7%	3.7%	4.2%
ニューヨーク州	15.1%	1.8%	1.2%	1.1%	1.7%	2.4%	3.4%
イリノイ州	△ 4.5%	0.7%	5.1%	1.3%	1.6%	2.5%	2.5%
全米その他	△ 22.9%	△ 8.6%	4.7%	1.4%	1.4%	2.9%	2.8%

(国外からの観光客)

次に、米国外からの観光客数の全体的な傾向については、

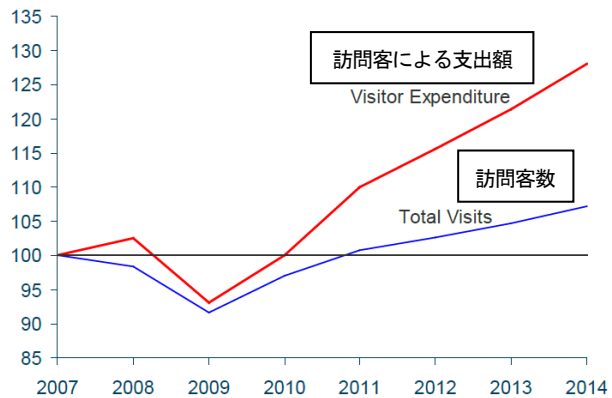
- アジア各国からの観光客数の増加と共に、予想を上回るヨーロッパからの観光客数の伸び率が、米国外からの観光客数全体の大きな増加要因となっている。
- カリフォルニア州のアジア各国から近く訪問しやすいという地理的な特性により、今後も全米の観光者数の増加率を上回る、と見られています。

米国外からカリフォルニア州への余暇旅行(%は対前年比)							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
訪問客数合計	△ 3.4%	10.6%	6.9%	4.8%	4.7%	5.3%	5.5%
中国	△ 3.4%	49.1%	13.8%	7.7%	11.6%	13.7%	3.7%
インド	21.3%	17.2%	10.1%	7.6%	7.7%	7.3%	8.5%
日本	16.9%	19.3%	2.3%	3.5%	5.8%	5.6%	5.5%
韓国	16.4%	40.8%	7.6%	6.2%	6.1%	6.4%	5.5%
オーストラリア	0.4%	33.2%	15.6%	4.0%	2.7%	2.5%	2.9%
イギリス	△ 9.0%	3.0%	7.9%	4.7%	3.9%	3.6%	3.8%
ドイツ	△ 5.2%	9.3%	9.2%	3.9%	3.6%	3.1%	2.8%
フランス	32.4%	38.8%	30.6%	5.9%	3.1%	3.7%	4.3%
スカンジナビア半島	△ 2.8%	21.3%	4.7%	4.4%	3.7%	4.1%	3.6%
南米	22.4%	20.2%	11.8%	8.0%	5.2%	5.4%	6.0%
カナダ	3.3%	10.0%	6.4%	4.1%	3.3%	4.0%	4.7%
メキシコ	△ 7.3%	5.3%	5.2%	4.4%	4.8%	5.7%	5.9%
その他	△ 0.9%	11.8%	3.1%	6.2%	6.0%	6.0%	5.6%

2011 年における各国・地域別の増加率を見ると、前年比 30%以上のフランスを始め、オーストラリアや中国、南米、インドからの観光客数が 10%以上増加すると予測されており、中でも中国の増加率が、今後数年に渡って高くなる見通しです。ちなみに、観光客数ベースでは、日本は各国別で 2 番目に多いようですが、昨年の中東地方の大震災以降、以前よりも増加率が低くなる見通しとなっています。

また、国内外からの訪問客による支出額についても、旅行単価の上昇や宿泊客数の増加により、今後も訪問客数と共に堅調に上昇傾向が続く見込みです。

ただ、欧州の債務危機や、米国内企業による投資・雇用の再開、州財政赤字の削減のための解決策が見つかるかなど、様々な不確定要素があるため、今後の訪問客数の動向については、依然先行きが不透明であると報告されています。



2 観光振興予算とその投資効果

1990年代初頭まで、カリフォルニア州は、観光産業が停滞し米国内におけるマーケット・シェアも低下していました。1992年には、観光振興のための予算が720万ドル（≒約5億5千万円）ありましたが、より大きな観光振興のための予算を持つ他州と十分に競争する力がありませんでした。

このような状況を打開するために、1995年にSB256という法案が制定され、観光産業の発展によって恩恵を受ける宿泊、輸送（レンタカー以外）、旅行サービス、飲食及び小売業界等の産業界とカリフォルニア州政府が、共に“観光振興のための予算”を出資するシステムが確立されました。この民間と行政との連携により、カリフォルニア州の観光振興予算額がほぼ倍増（720万ドル → 1,400万ドル）したことにより、ようやく他州と十分に競争できるようになりました。

しかし、2003年にカリフォルニア州は340億ドル（≒約2兆6,180億円）に上る巨額の財政赤字を抱えていたため、デービス州知事（当時）が、年間730万ドル（≒約5億6千万円）まで大幅に観光振興予算を削減した結果、それまで全米各州の中で14番目だった観光振興の予算額が、31番目にまで低下してしまいました。そのため、2006年にアーノルド・シュワルツェネッガー州知事（当時）が、AB2592（観光振興のためにレンタカー業界からも出資してもらい、予算規模も拡大する）法案に署名し、翌2007-2008年度から、観光振興予算を年間約5千万ドル（≒約38億5千万円）拠出できるようになった結果、現在では、カリフォルニア州の観光振興の予算額は、全米各州の中でハワイ州に次いで2番目となっています。なお、年間約5千万ドルの予算のうち、79%がレンタカー事業者からの出資によるものです。

これらの取組の結果、より大規模な観光PRキャンペーンや新たなプログラムを実施できるようになり、1998年には米国内におけるカリフォルニア州の観光産業のシェア

は9.7%でしたが、2009年には11.1%にまで上昇しているそうです。

そして、2010年には、米国内外からの約2億人の訪問客による観光関連の支出額は951億ドル（≒約7兆3,227億円）に達し、87万3千人に上る直接雇用と61億ドル（≒約4,697億円）の税収を生み出しました。また、2010年にカリフォルニア州の観光PR広告を全世界で4,620万人が見た結果、370万人の観光客と51億ドル（≒約3,927億円）の観光収入があったと報告されています。



CTTCによる観光PR広告は、例えば、カリフォルニア州の新たな観光資源を紹介するテレビシリーズ「カリフォルニア最前線（Cutting Edge California）」や、本年2月にイギリスで公開予定のドキュメンタリー映画「ドリームランド（Dreamland）」、日本向けの観光PR用ウェブサイト「なんでもアリフォルニア」など、テレビや映画、ウェブサイト、出版物等あらゆる広告メディアを利用しながら国内外に向けて発信されています。また、国内の他州と比べても斬新かつ独創的で人気があるとされており、観光客が旅行先を決める時に、“すぐに思い浮かぶ（top of mind）”よう趣向が凝らしてあります。

このように、大々的な観光PR活動と恵まれた観光資源により、今後も更に発展する可能性を秘めているカリフォルニア州の観光産業ですが、先行きがまだ不透明な州内外の経済情勢の中、観光産業がどのように発展していくのかについてこれからも注目していきたいと思えます。

※「1 2011年の観光産業の見通し」は、Tourism Economicsの「California Travel & Tourism Outlook 2011」から引用。

※「2 観光振興予算とその投資効果」は、Visit Californiaの「カリフォルニア州観光白書 2011」から引用。

※ 文章中のドル → 円の換算レートは、1ドル77円で計算。