

第3回 インバウンド対応 現状と課題

前回までの2回を通じて、輸出強化に関する現状と課題、そして対応策についてご紹介をいたしました。

今回は、インバウンド対応における現状と課題に関して述べさせていただきます。

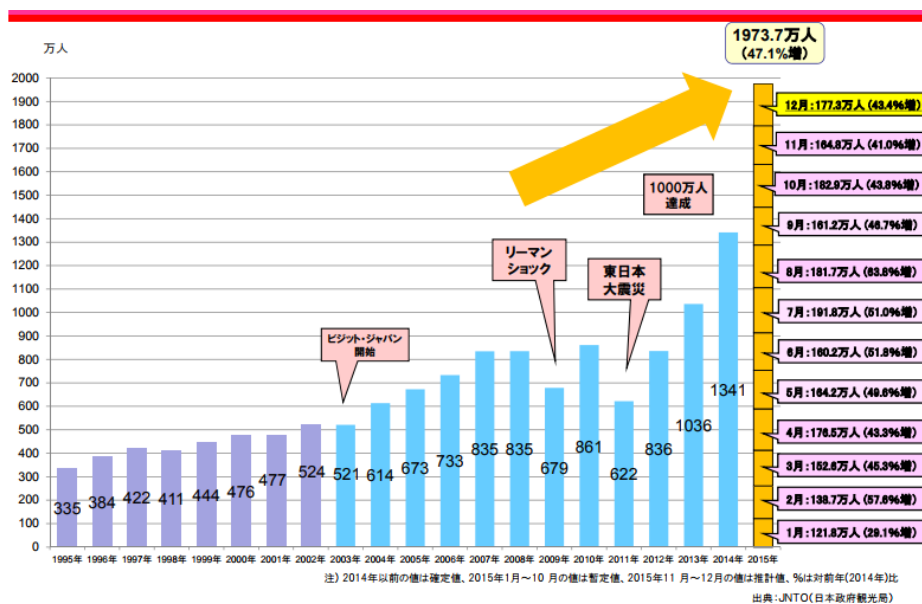
1. インバウンドの現状

(1) インバウンドに向けた取組

政府のインバウンドに対する取り組みは、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」に従い2003年(平成15年)から始まったビジット・ジャパン・キャンペーンにさかのぼります。しかし、実質的な取り組みとして本格化したのは2008年(平成20年)の「観光庁」新設以降で、訪日外国人の増加という形で効果が顕在化したのは2013年(平成25年)からです

(2) 国内全体のインバウンド状況

現在日本は、外国人観光客の誘致による観光立国化を通じての経済活性化を目指しています。訪日外国人は2014年(平成26年)の1340万人から、2015年(平成27年)には1975万人と大きく増加、2016年(平成28年)には2404万人に達しています。さらに東京オリンピック開催の2020年(平成32年)には4000万人という政府目標の大幅修正も行われています。



図表1 (出典: 訪日外国人旅行者数の推移 - 国土交通省 観光局)

平成29年1月17日の日本政府観光局(JNTO)速報によると、2016年(平成28年)の訪日外国人旅行者数は2,404万人を達成し、2015年(平成27年)の1,974万人に比べ21.8%の増加となりました。

(3) 埼玉県のインバウンド状況

2015年(平成27年)の埼玉県への外国人訪問率は1.4%と、東京(52.1%)や千葉(44.4%)のはるか下位に位置します。訪日外国人の入国窓口(空港・港)を持っていないこと、富士山や京都のような国際ブランド級の観光地を持っていないことなどが要因となっています。

ただし、行政および民間が製造業など第2次産業に注力し、観光資源の開発や活用に力を入れてこなかったこと、国内観光客誘致にくらべ手間とコストのかかるインバウンドビジネスに積極的に取り組んでこなかったことにも起因していると考えられます。

<埼玉県の取り組み>

産業労働部観光課を中心に、インバウンド受入れ観光振興の活動を展開しています。現在のインバウンド28万人から東京オリンピックが開催される2020年に100万人の目標を設定しました。

インバウンドのターゲットは、台湾、中国、タイが中心で、平成28年8月にはJTB台湾と提携し台湾事務所を開設して教育旅行誘致を加速しています。また、埼玉、群馬、新潟の3県知事会を通じて、新潟空港利用のツアーを提案しています。クレヨンしんちゃんが「埼玉観光サポーター」に就任し、「アニメだ!埼玉事業」を香港でのPRを手始めに展開予定です。



図表2 (出典: 埼玉県HP)

「ゴールデンルート」(東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪)に対抗して「埼玉プラチナルート」(川越、秩父、長瀨)を設定しました。



図表3 (出典: 埼玉県HP)

江戸の面影を残す蔵造りの街並みが残る川越から、川下りや果物狩りなど自然を感じる秩父・長瀨まで「ぐるっと巡って埼玉を満喫しよう!」をテーマとして掲げています。今後さらなる浸透を図ることが課題です。



図表 4 (出典: ちょこたび埼玉 HP)

また、最近の取組では、「埼玉の伝統工芸品を世界で売れる商品にする！」をテーマに、新製品を開発するコンテストを平成 28 年度に実施しました。入賞作品は事業者、留学生、デザイナー、エンジニアとコラボして商品化のサポートやプロモーションを行うことより、外国人観光客の誘致を促進しています。

2. インバウンドの課題

インバウンドを推進するための課題は、当事者や業種、さらには地域によってさまざまなものが考えられます。また、緊急を要するものや、インフラ整備など経費や時間を要するものなど、課題の内容や性質によっても異なります。ここでは、埼玉県の関係者が抱える課題について、これまで述べてきたインバウンドを取り巻く現状を踏まえ、あるべき姿を実現するために重要なものをいくつか取り上げます。

(1) 埼玉県の知名度とブランド力の向上

国内的にも、埼玉県を目的に訪れる観光客は少なく、外国人の場合はその割合は更に低下します。大都会の東京に近接していることも背景にあると思われませんが、「埼玉にはこれがある」といったイメージが内外ともに希薄であるのが現状です。

(2) 宿泊先としての評価および潜在的可能性

他の首都圏各県と比較しても、埼玉県に宿泊する外国人の割合は極めて低い状況です(右表)。東京に近接していることがかえって県内に宿泊する必要性をなくしているという面もありますが、外国人のターゲットになるような観光地が少ないと思われることもその背景にあります。

| 埼玉県及び隣接 1 都 5 県の 宿泊・日帰りの割合 % | | |
|---------------------------------|------|------|
| | 宿泊 | 日帰り |
| 長野県 | 29.3 | 70.7 |
| 群馬県 | 24.1 | 75.9 |
| 山梨県 | 22.2 | 77.8 |
| 栃木県 | 17.6 | 82.4 |
| 茨城県 | 5.9 | 94.1 |
| 東京都 | 3.5 | 96.5 |
| 埼玉県 | 1.2 | 98.8 |

図表 5 (平成 27 年 観光庁「訪日外国人の消費動向調査」データより
埼玉県と隣接 1 都 5 県を抽出)

(3) 県内に点在する観光資源及びインフラの整備

埼玉県には数多くの観光名所など観光資源が存在するが、かなり広範囲に分散しています。広域周遊ルートとして認定されている川越市～秩父エリアのプラチナルートにしても、観光ルートとして認識され、実際に外国人が訪れるまでには至っていないのが現状です。県内の主要な地域（さいたま市、川越市、熊谷市、秩父エリア）間も周遊する例は殆どないといわれており、地域資源の活用・結合や付加価値の創造などが望まれます。

3. 埼玉県におけるインバウンド対応の実態と課題

埼玉県への外国人訪問率は、東京や神奈川や千葉に比べてはるか下位に位置します。県をはじめとする各自治体は、インバウンド受入れ観光振興の活動を推進し、「埼玉プラチナルート」（川越、秩父、長瀨）の設定などで認知度を高める取り組みを展開しているが、まだ十分な効果が出ていません。今後、知名度とブランド力の向上を図るとともに宿泊施設およびインフラの整備さらには近隣都県との連携を推進することが課題です。



本レポートではインバウンドに関する現状と課題の概要のみをご紹介させていただきました。埼玉県におけるインバウンドの現状と課題につきましては、埼玉県中小企業診断協会のホームページ上に掲載のレポートをご覧くださいと幸いです。

<https://sai-smeca.com/research.html>

次回は、第4回「インバウンド対応について」をお送りいたします。

平成30年2月25日 塚田邦彦