

インバウンドによる 地域への経済波及効果

インバウンド市場はFITと地方分散の時代へ

地方部におけるインバウンド交流人口・消費拡大が 地方創生のカギに

近年、インバウンド市場は好調に推移し、2017年の訪日外国人旅行者数は過去最高の2,869万人となりました。こうした中、FITが増え、都市部だけでなく地方部へ足を伸ばす訪日外国人旅行者も増えるなど、旅行内容も変化しつつあります。一方、訪日外国人旅行者を受け入れる国内観光地の状況に目を向けると、少子高齢化による人口減少に伴い、定住人口だけでなく、日本人の交流人口も縮小しています。このような状況を踏まえると、地方部においては訪日外国人の受入体制を整え、消費を促進してもらうことが地方創生のカギとなります。

(公財)日本交通公社ではこれまでに我が国のインバウンド振興に資する知見の創出を目的として、各種データの分析や事例研究を通じ、様々な視点から研究を行ってきました。今回はインバウンドによる地域への経済波及効果をテーマに事例研究を行い、その成果を書籍『一育て、磨き、輝かせるーインバウンドの消費促進と地域経済活性化』にまとめました。

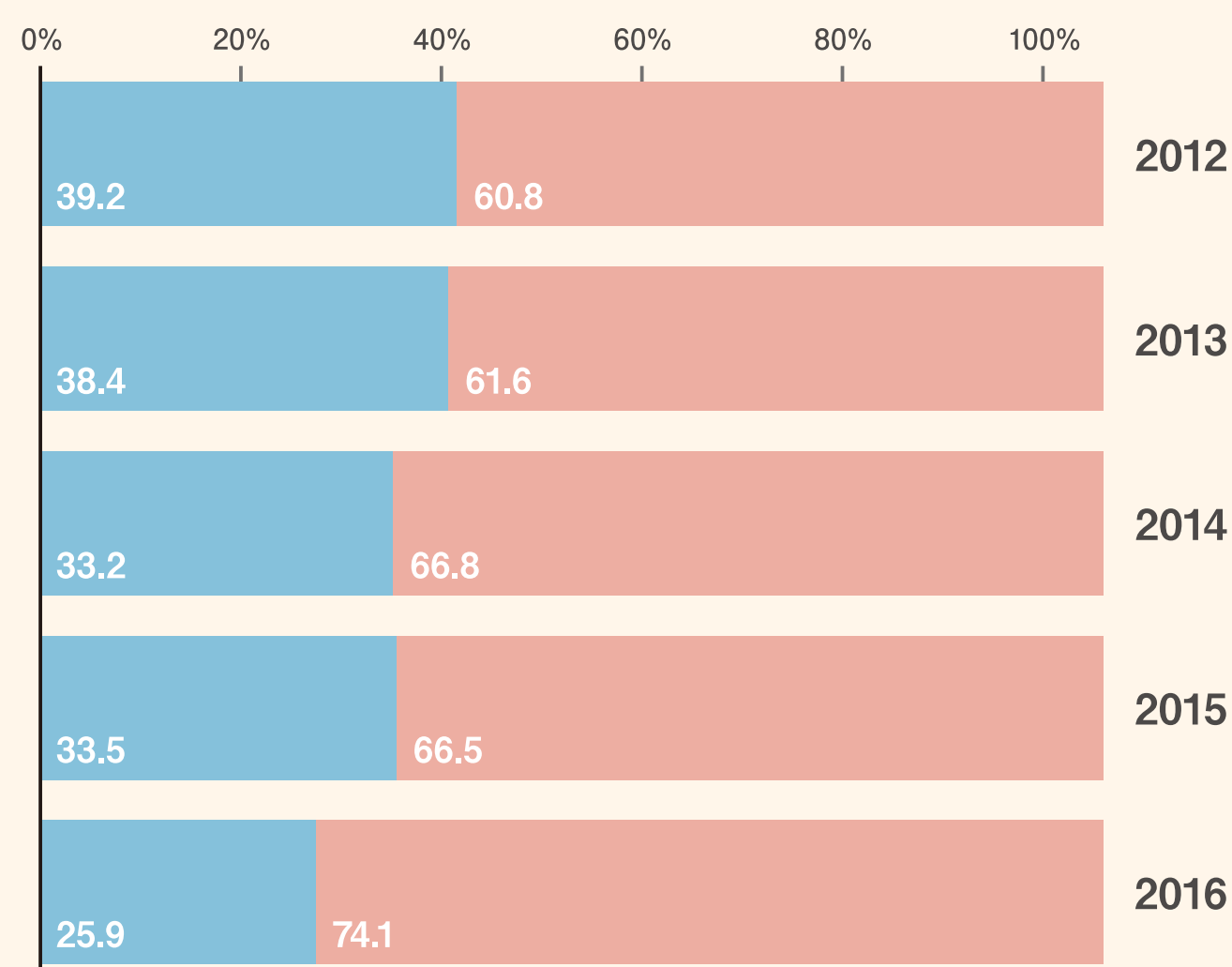


一育て、磨き、輝かせるー
インバウンドの
消費促進と地域経済活性化
公益財団法人 日本交通公社 編著
(2018年6月発行)

訪日外国人旅行者市場の変化

FIT(個人手配旅行)が 増えています

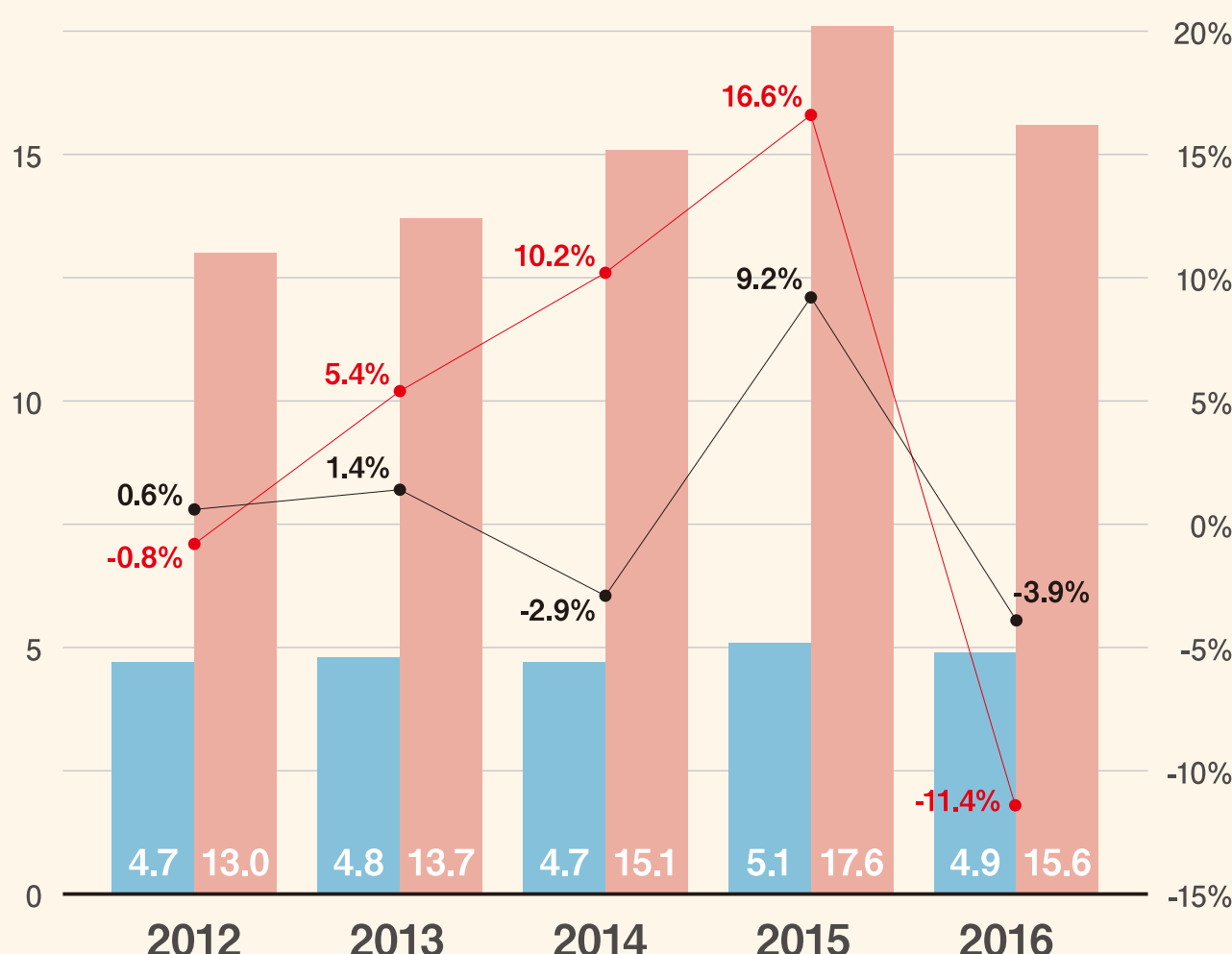
FITは年々増え続け、
2016年には74.1%となっています。



資料:観光庁「訪日外国人消費動向調査」(観光・レジャー目的)

日本で使うお金が 増えています

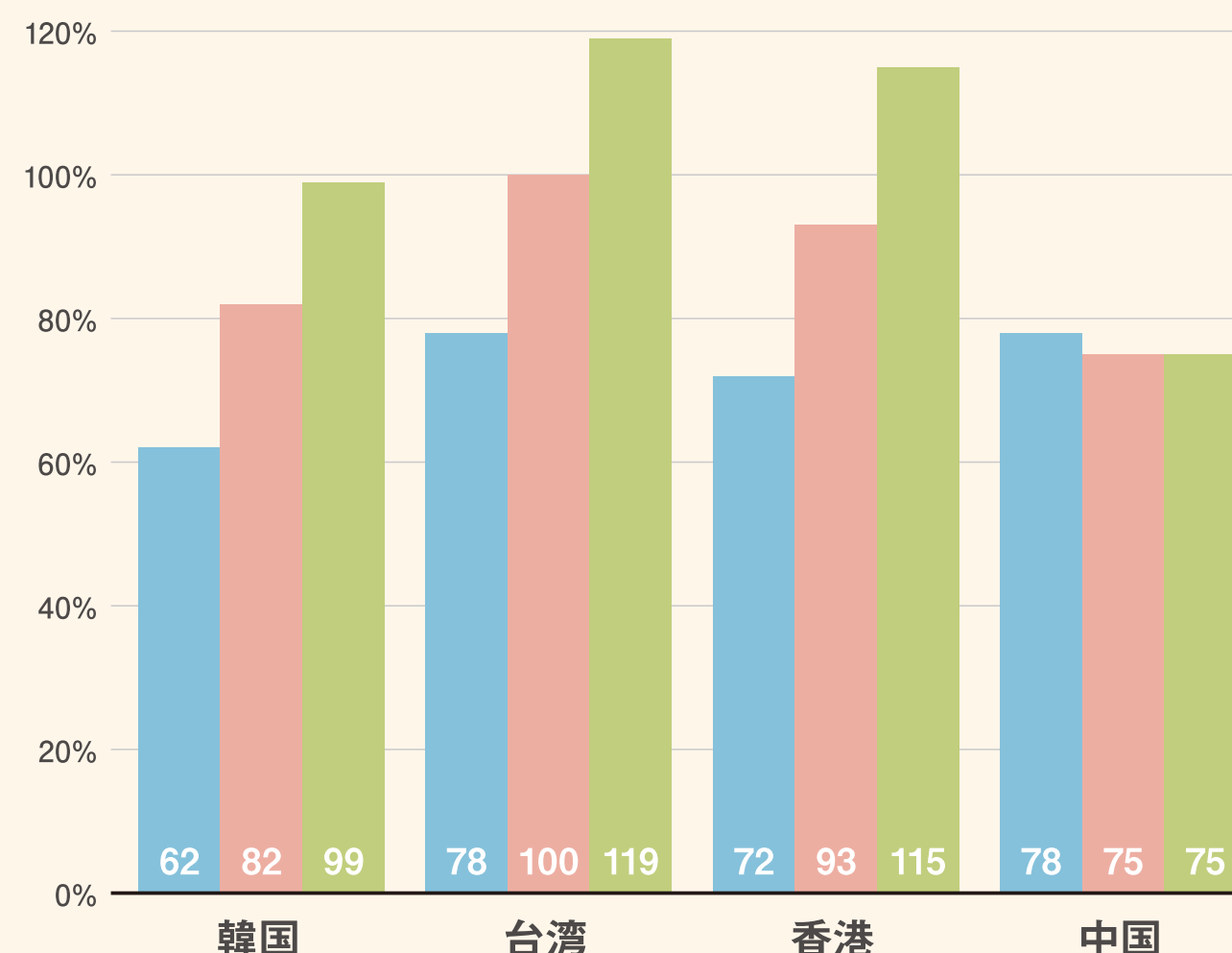
訪日外国人旅行者の
一人1回あたりの旅行消費は年々増加しています。
また、伸び率が大きいことも特徴的です。



資料:「旅行・観光消費動向調査平成27年年間値(確報)」(観光庁)より作成

地方訪問率が 高くなっています

訪日外国人旅行者の地方訪問率は
東アジア近隣4ヶ国・地域(特に韓国・台湾・香港)の
リピーターを中心に高くなっています。



【出典】観光庁「訪日外国人消費動向調査」トピックス分析訪日外国人旅行者の訪日回数と消費動向の関係について(観光・レジャー目的)
※訪問率は、旅行者が各都道府県を訪れた割合。地方は、都道府県のうち、千葉県・埼玉県・東京都・神奈川県・愛知県・京都府・大阪府・兵庫県以外

経済波及効果向上の考え方



を乗じることによって推計することができます。
経済波及効果の向上にあたっては①~③の3つを
バランスよく高めていくことが重要です。

**観光客数、1人当たり消費単価、
域内調達率の向上が重要**

訪日外国人旅行者数を

増やす



訪日外国人旅行者を「増やす」ためには「どんな人」を「どの程度」増やしたいのかという視点が重要になります。一般的には、属性、来訪回数、来訪目的、旅行手配方法、滞在日数などに注目した集客を行うこととなりますが、地方での集客という観点からは、都市と比べてアクセス面では不利な状況であることを踏まえた集客活動を行うことが重要です。

例 岐阜県高山市

他地域と組み合わせて地方に来てもらう 広域連携によるプロモーション

地方部に訪日外国人を呼び込む方法の一つとして、近隣の観光地等と広域で連携し、協議会として共同してPR活動を行っています。

北陸・飛騨・信州 3つ星街道ルート

金沢・五箇山・白川郷・高山・松本には、「兼六園」、「合掌造り集落」、「古い町並」、「松本城」等の世界遺産や国宝、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンに3つ星で紹介されている我が国屈指の観光資源が点在しています。



杉原千畝ルート

第2次世界大戦中に日本の査証(ビザ)を発給し多くのユダヤ人を救った外交官、杉原千畝氏の出身地である岐阜県八百津町を起点に、高山市、白川村の飛騨地域を経由して北陸地域の金沢市、敦賀市へつながります。



その他の広域ルート事例

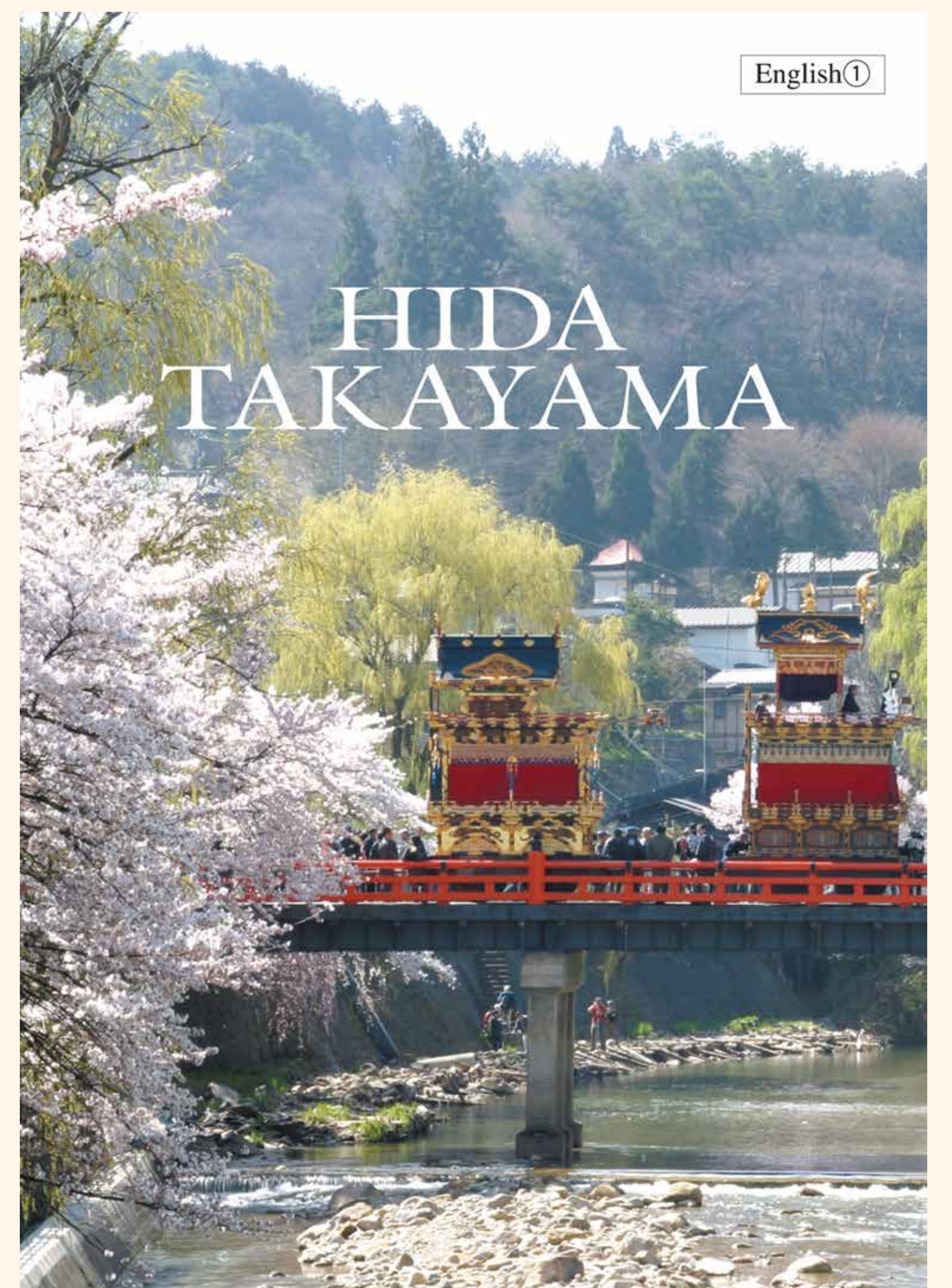
飛騨地域	高山市 下呂市 飛騨市 白川村
昇龍道	中部9県
中央道沿線 with 京王電鉄 富士急山梨バス 地域バス事業者	新宿 富士河口湖町 松本市 高山市 白川村 金沢市 飛騨市 下呂市
ジャパンアルプス 観光都市	松本市 塩尻市 富山市 大野市 飛騨市 安曇野市 高山市
セントレア	名古屋市 金沢市 セントレア 高山市

例 岐阜県高山市

市場別に“ささる”プロモーション 市場別にデザインが異なるパンフレット

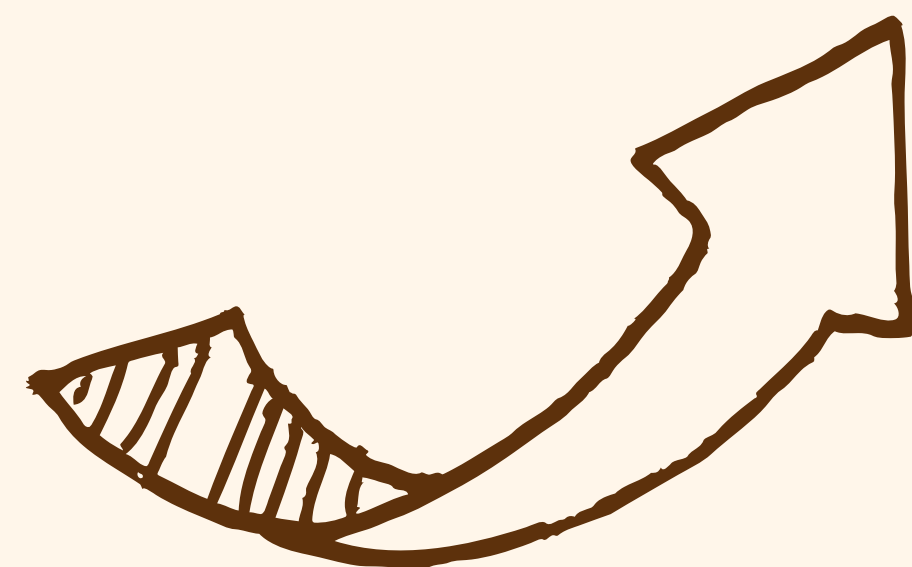
海外で配布しているパンフレットは市場ごとにデザインや内容を変更。
例えば、韓国市場は山岳・ゴルフ・温泉等の需要があるため山岳をメインに、
タイ市場は桜を好むため桜と高山祭をメインにしています。

パンフレットは市場別に10パターン用意しています。



訪日外国人 消費単価を

上げる



消費単価向上にあたっては、地域内での滞在時間を延伸し、消費機会、消費時間を増やすという視点が重要です。そのためには、地域内の多様な魅力を磨くとともに、これらをハード（例：地域内の交通インフラの整備等）、ソフト（例：地域内に点在している複数の資源をある特定のテーマで結んだマップやスタンプラリーの作成）の両面からつなぎ、回遊性を向上させることが効果的です。

例 山梨県南都留郡富士河口湖町

回遊性向上と滞在時間の延伸 周遊バスと多言語マップ整備

富士河口湖町では点在する観光資源をつなぎ周遊バスが3系統整備され、主に個人旅行者に利用されています。

移動効率を重視し、食関連情報のニーズが高い

訪日外国人向けに、モデルコースを提示した多言語マップも作成しています。



例 京浜急行電鉄

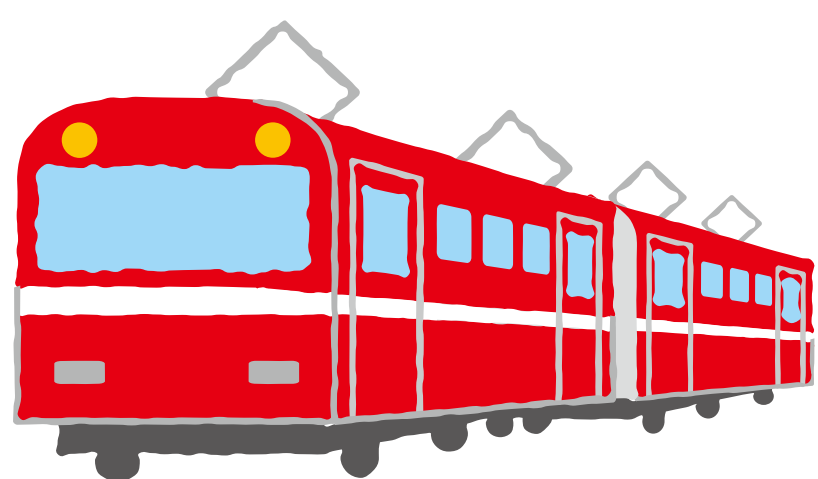
消費を呼び込む交通パス KEIKYU Misaki Maguro Pass

京浜急行電鉄株式会社ではまぐろ料理の食事券とレジャー施設利用券がセットになった2日間有効の訪日外国人向け企画乗車券「KEIKYU Misaki Maguro Pass」を販売。交通パスに留まらず、地域で消費を生む仕掛けをしており、地域への経済波及効果が生まれています。



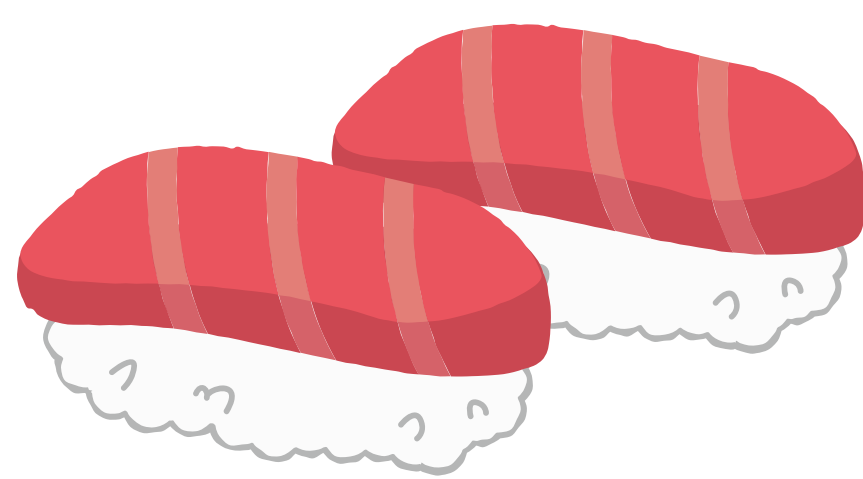
京急線往路・復路乗車券
京急バスフリー乗車券※

※金沢八景以南



対象店舗食事券

企画乗車券用にまぐろを使ったメニューを各店舗が用意



レジャー施設利用券

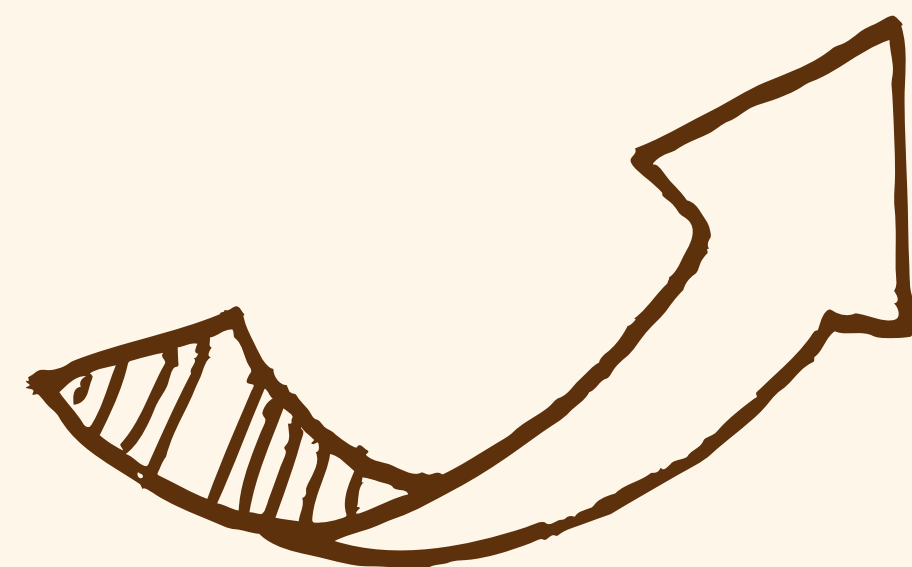
温泉、土産品、レンタサイクル、水族館、水中観光船、ガラス工芸等



域内調達率を

(原材料や人材等を
域内から仕入れる割合)

高める



域内調達率とは原材料や人材等を域内から仕入れる割合を指します。域内調達率を高めるためには、地域内の宿泊施設や飲食店などで地域内の産品を積極的に活用していくことが重要となりますが、一般的に多くの観光事業者は仕入れ先である異業種(農業、漁業等)とのつながりは希薄です。そこで、まずは異業種を知り、連携するという視点が重要です。

例 福島県会津若松市

宿と農家をつなぐ 「素材広場」の地域の八百屋機能

宿泊施設や飲食店では地域内で生産された食材を活用しようとしても生産者とのつながりがなく、情報を入手しにくい環境となっています。特定非営利活動法人「素材広場」では生産者と宿泊施設・飲食店をつなぐ役割を果たしており、域内産品の活用にも貢献しています。



生産者



「素材広場」が
マッチング

宿泊施設・飲食店



料理人が
生産者を訪問し、
食材への理解を
深めています。

例 長野県戸倉上山田温泉

地域内の多様な産業を巻き込む ずくだしエコツアー

長野県千曲市の戸倉上山田温泉にある「亀清旅館」では外国人向けの生活体験プログラムの提供を通じて、観光と関わりの強い産業(宿泊業、運輸業、飲食業など)以外の地場産業を巻き込んでいます。

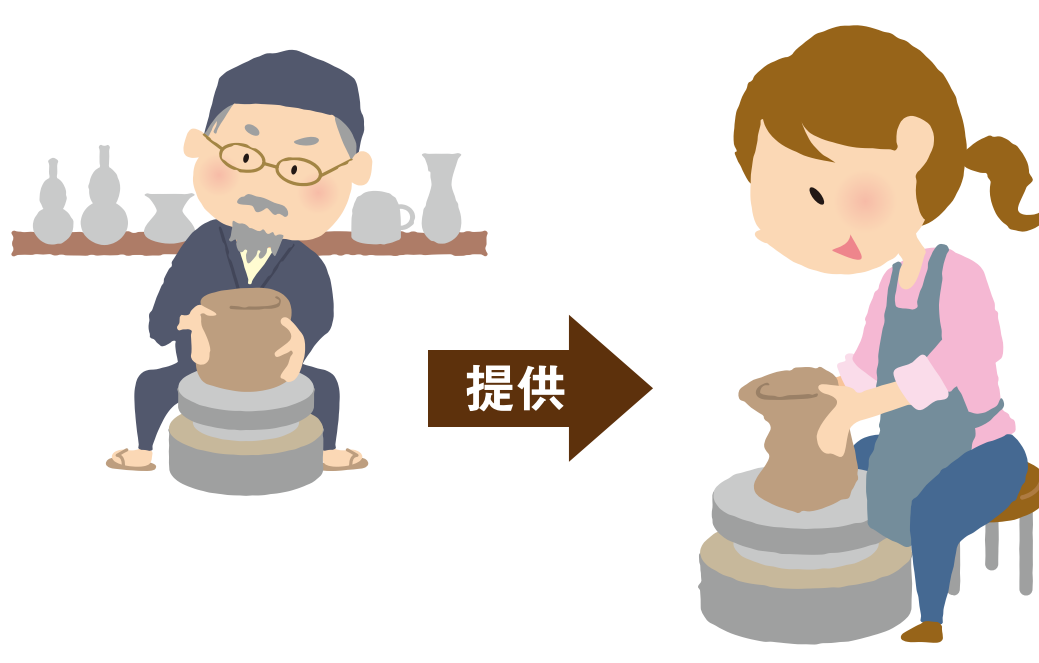
ずくだしエコツアーは
米国出身の
タイラーリンチ氏によって
発案されました。



お茶屋さん 「淹れ方レッスン」



陶芸家と 「陶芸体験」



芸者さんと 「芸妓ショー」

