

インバウンドビジネスと可能性

ジェットロ山口は、2018年4月9日、下関ロータリークラブにて「インバウンドビジネスと可能性」と題する講演を行いました。今回は、その講演のうち、「市場の動向」、「注目すべき産業、ビジネス」、「先行事例」に関する部分を中心に要旨をご紹介します。

■急増する訪日外国人旅行者■

日本国内の観光市場は、人口減少にともない、縮小する見込みです。2017年12月の日本の総人口は、1億2,670万人ですが、2020年には1億2,500万人、2040年には1億1,100万人に減少すると見込まれます。人口減少により、レクリエーション目的の国内延べ宿泊者数は、2014年の1億6,000万人から2040年に1億3,500万人へと15%以上減ることが予測されていますⁱ。

一方、人口の減りつつある日本で大きく伸びているのが、訪日外国人旅行者（訪日客）の数です。訪日客は、2014年以降、近隣諸国・地域の中国、韓国、台湾、香港からを中心に急速に増えています。2017年には、訪日客数が前年比19.3%増の2,869万人と過去最高を記録しました。国籍別では、韓国、中国が全体の伸びを牽引しています。同年、韓国からは前年比4割増の714万人と大幅に増えました。中国の訪日客は年々増加しており、2015年に前年比ほぼ2倍の499万人、2016年に3割増の637万人、2017年に15%増の736万人と伸びています（図1）。

日本政府は、2020年に海外からの訪日客を4,000万人まで増加させるという目標を立てています。2018年以降も2017年の伸び率（19.3%）を維持できれば、訪日客数は2019年中に政府目標の4,000万人を達成できるレベルになっています。

旅行消費額も、訪日客の消費に牽引されて増加傾向にあります。日本人の国内旅行消費額は21兆円規模で推移していますが、訪日客の旅行

消費額は2017年に4.4兆円となり、2013年から約3倍に増えました。

■訪日リピーターの存在感増す■

訪日客の内訳を見てみると、訪日リピーターが訪日客の全体の増加を牽引していることが分かります。2011年以降の統計では、訪日客のうち、初めて日本を訪問する新規訪日客が約4割、訪日リピーターが約6割を占めます。訪日リピーター数は年々増加し、2017年には1,761万人と推計されます。国籍・地域別では、韓国、台湾、中国、香港と続き、これらで全体の約75%。特に、韓国、台湾、香港の訪日リピーターの割合が高く、台湾、香港では10回以上日本を訪問しているリピーターは全体の約2割を占めていますⁱⁱ。

山口県では、関釜フェリーが下関と釜山間を毎日就航していることや山口宇部空港からの冬季10月～3月までのソウル直行便があり、韓国からの旅行者が県内の訪日客の42%を占めます。台湾が20%、中国が12%と韓国に続きます（2016年実績）。

訪日リピーターが、日本の地域を旅行するケースが多いため、地域への訪日客誘致には、訪日リピーターに訴求することが重要です。

中国からの訪日客数も年々伸びていることから、各地域への誘致において鍵となります。特に家族層について、子供が若い頃から日本に慣れ親しめば、大人になって訪日リピーターになる可能性が高まります。中・長期的な視野で訪

日リピーターになってもらうための取組みも必要です。

■注目すべき産業、ビジネスは■

観光分野におけるバリューチェーンの考え方から、訪日客を呼び込む上で重要な産業について見てみます。

訪日客に係る観光産業を大きく分けると、①観光インフラ型、②インバウンド需要対応型、③地域産品開発輸出型の3つに分かれます。①観光インフラ型は、交通手段、宿泊施設、②インバウンド需要対応型は、飲食、娯楽、買い物です。また、③地域産品開発輸出型は、日本の製品や食事を母国でも楽しむ機会の提供、つまり輸出を通じての日本製品の販売、海外進出済の日本食レストランでの地域の食事の提供などです（図2）。

①観光インフラ型からも少し詳しく見ていきます。訪日客が観光目的地に近い空港あるいは鉄道の駅に到着した後、目的地への移動が必要です。地域公共交通機関での外国語情報は限られますが、外国語での案内情報があれば訪日客はスムーズに移動できます。

地域の公共交通網に限られる場合は、補完措置が必要となります。鳥取県では、訪日客のための周遊タクシーを2,000円で運行しています。楽天トラベルの調査によると、2017年の1年間、外国語サイト経由の予約人泊数をもとに人気上昇都道府県ランキングでは、鳥取県が3位、鳥根県が1位となっています。米子・香港便の就航などにより、鳥取県における訪日客の延べ宿泊者数の増加につながったと考えられます。鳥取、鳥根両県は、観光周遊ルート、「緑の道～山陰～」という8言語の多言語ウェブサイトの開設などによる取組みにより、訪日客誘致に力を入れていますⁱⁱⁱ。

宿泊施設では、訪日客の需要を取り込み、訪

日客用のホテルを2017年に大阪に開設し、2018年秋に福岡でも開設を予定する企業、フリープランが出てきています^{iv}。

②インバウンド需要対応型について、中国などの近隣諸国・地域でMade-in-Japan製品への関心が高まっています。資生堂は、Made-in-Japan製品に対する海外ニーズが増えたことから、36年ぶりに国内新工場の設立を予定しています^v。

小売りでは、海外でキャッシュレス化が進むものの、日本は遅れています。外国語での商品情報やコミュニケーションに不満の声も出ています。そのニーズを汲み取るため、ベンチャー企業のPaykeは、訪日客向けにバーコードを読み込むと7言語で商品説明が表示されるアプリを開発し、台湾、香港などからの訪日客の間で最も人気の高いアプリとなっています。

今後、訪日客によるレストラン利用はウェブサイトを通じての事前予約型にシフトしていくと見られています。そうすると、レストランの店舗やメニューの情報は外国語対応していないと選択肢から外れてしまいます。東京都では、2020年の東京オリンピック・パラリンピックをにらみ、多言語メニュー作成支援ウェブサイトを運営し、レストランのメニューの外国語対応をサポートしています。

③地域産品開発輸出型について、日本産品の輸出・販売に注目し、訪日客を呼び込んで輸出を拡大しているのが、和歌山の醤油メーカー、湯浅醤油です。2012年から醤油蔵見学を海外から受入れ、毎年約2千～3千人の見学客を受入れる地域の観光スポットになっています。シンガポール、マレーシア、タイ、香港などから多くの訪日客が来場しており、特に食品の品質、安全と安心に関心が集まっています。同社は国内商社を通じて輸出を行っており、醤油で月平均200ℓ、みそで月平均50Kgの輸出をしま

す^{vi}。

小売分野では、訪日客のニーズが高く、2017年にシンガポールに進出したドン・キホーテ^{vii}があるほか、資生堂、花王、ユニ・チャームなどは、越境ECサイトを通じて化粧品・日用品のネット販売を拡大しています。

■訪日客誘致に向けた課題と先行事例■

訪日客は増加傾向にあるものの、ハード面、ソフト面での課題がまだあります。例えば、訪日客向け宿泊施設不足、キャッシュレス決済対応、通訳サービス、二次交通、観光情報の多言語化の遅れ、外国語対応した予約システムの整備などです。

上述の鳥取、島根両県が連携して立ち上げた、多言語ウェブサイトでは、訪日客向けの体験メニューの事前予約可能であり、クレジットカード決済もできるように決済対応がなされています。

山口県の場合、交通手段であれば、ICカードが使える鉄道・バス、外国語でのバスルート検索、宿泊施設であれば、外国語での宿泊予約・決済対応などで課題が残ります。インバウンドのビジネスチャンスを一過性に終わらせないためにも継続的な取組が必要となります。岐阜県高山市のように、観光資源の保全や改善の優先順位をつけて、費用対効果を考慮した取組みが参考になります。

訪日客誘致のため、広域で連携して取り組むことも必要です。山口県は、福岡県と広島県に挟まれ、通過点になりがちなため、海外からの直行便がある両県との連携が重要です。特に、訪日リピーターの多い、韓国、台湾、香港の観光客を、両県から山口県にまでいかに足を運び、宿泊してもらうかがポイントになります。韓国、台湾、香港の訪日客のニーズを個別に分析し、それぞれのニーズに合った旅行ルートを提案し

ていくことにより、集客効果が期待されます。一方、国・地域別のニーズを取り込んだ的確な観光情報を発信していくためには、国・地域別の正確な統計情報の分析も欠かせません。

広域連携の事例として、韓国・済州島発人気のトレッキングの九州版「九州オルレ」では、九州全県のトレッキング・コース、観光情報を訪日客向けに英語、韓国語、中国語（簡体字・繁体字）で取りまとめて紹介。「しまなみ海道」では、広島県と愛媛県が連携して、サイクリング愛好家向けにサイクリングコース、観光情報を同じく英・韓・中（簡体字・繁体字）の4言語で紹介しています。

これまで、訪日客誘致の話が中心でしたが、地域単位での観光収支の黒字拡大のためには、訪日客だけでなく地域住民も楽しみ、満足できるWin-Winのコンテンツづくりも大切です。観光資源は地域によって支えられているため、地域住民の満足度を上げることにより、結果としてインバウンドのビジネスチャンスを継続させることにもつながります。

（まとめ：ジェットロ山口 藤原雅樹）

- i 国土交通省国土交通政策研究所資料 2016年4月13日
- ii 観光庁 2018年3月20日 平成29年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】
- iii 楽天トラベル発表資料 2017年12月19日
- iv フリープラス発表資料2017年10月2日
- v 資生堂発表資料 2017年10月19日
- vi 近畿農政局資料 「訪日外国人ツアー客の受け入れと海外展開を見据えた醤油づくり 湯浅醤油株式会社」
- vii ドン・キホーテ発表資料 2017年11月6日

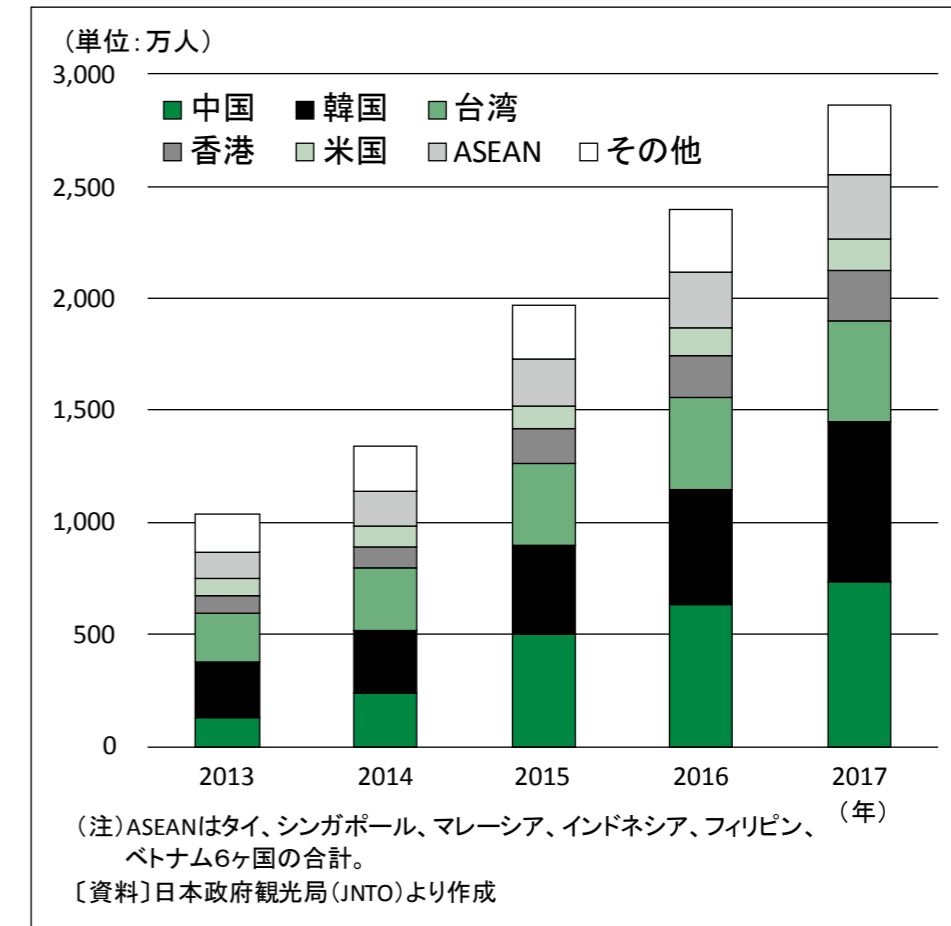


図1：訪日外国人旅行者数の推移

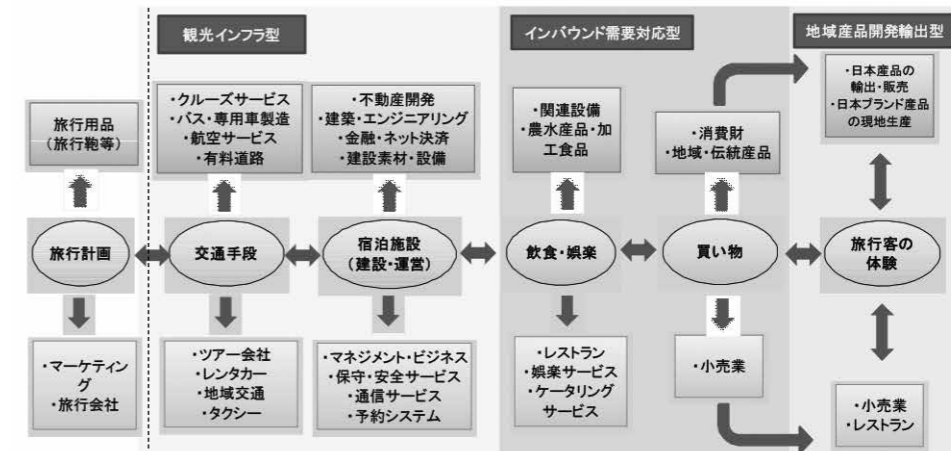


図2：インバウンド観光産業のバリューチェーン