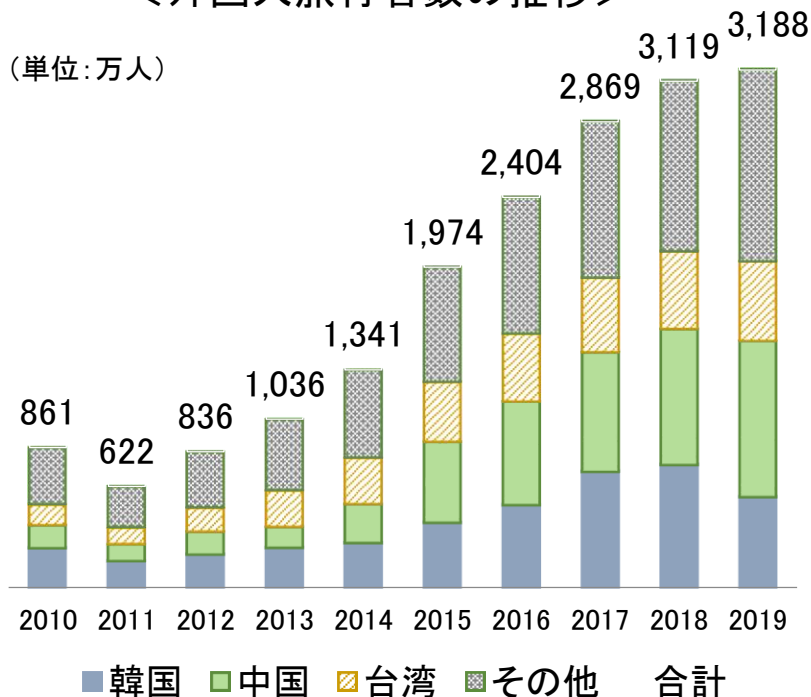


インバウンドとは

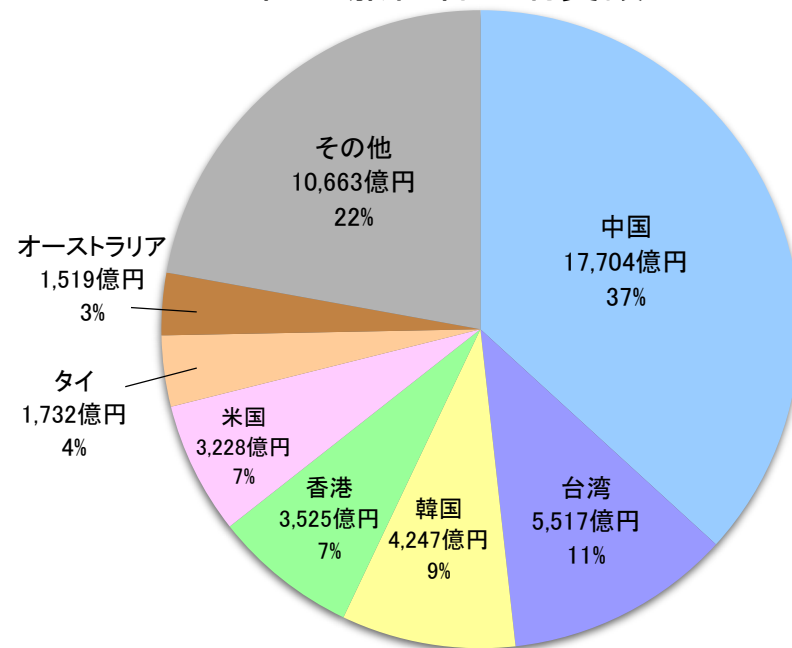
- インバウンドは、観光分野や地域振興分野において「訪日外国人観光」を意味します。
- 観光庁の調査によると、2019年の訪日外国人旅行者数は約3,188万人と、2011年から9年連続で増加しています。ただし、2020年は新型コロナウイルス感染拡大による入国規制の影響等のため、旅行者数の大幅な減少が見込まれています。
- 2019年の訪日外国人1人当たりの旅行支出額は15万8,531円、旅行消費額は4兆8,135億円と推計されています。消費額の1位は中国で、全体の約37%を占めています。

＜外国人旅行者数の推移＞

(単位:万人)



＜外国人旅行者の消費額＞



出所: 日本政府観光局 (JNTO)

インバウンドへの対応事項

- ・ 日本の少子高齢化および都市部への人口集中が進む中、近隣諸国の経済発展・購買力の上昇、東京オリンピック・パラリンピックの開催などを背景に、多くの企業や地域組織(地元自治体、商工会等)において、インバウンド対応が進められています。
- ・ インバウンドへの対応事項のポイントとしては、戦略立案、集客誘致、体制整備の3つを押さえる必要があります。

戦略立案

- ・ 現状把握
- ・ 観光資源発掘
- ・ ターゲット国・年代、誘致方法検討

集客誘致

- ・ 外国人向けHP作成・管理
- ・ 海外広告、メディア、インフルエンサー等の活用
- ・ ウェブサイト・SNS利用

体制整備

- ・ 翻訳・多言語化
- ・ 免税・WIFI対応
- ・ 人材確保、従業員教育
- ・ ハラル、ベジタリアン・ビーガン対応

- ・ インバウンドの取り込みを希望する宿泊施設、飲食店、観光DMO等の事業者向けに、バイヤー(国内外の旅行会社等)と商談を実施する「インバウンド商談会」も、ビジネス創出機会として活用できます。
 - ⇒ インバウンド商談会は対面形式のほか、ZOOMなどを利用したオンライン形式の商談会もあります。オンライン形式には、地方の事業者でも参加しやすい、海外旅行会社との商談が可能などのメリットがあります。