

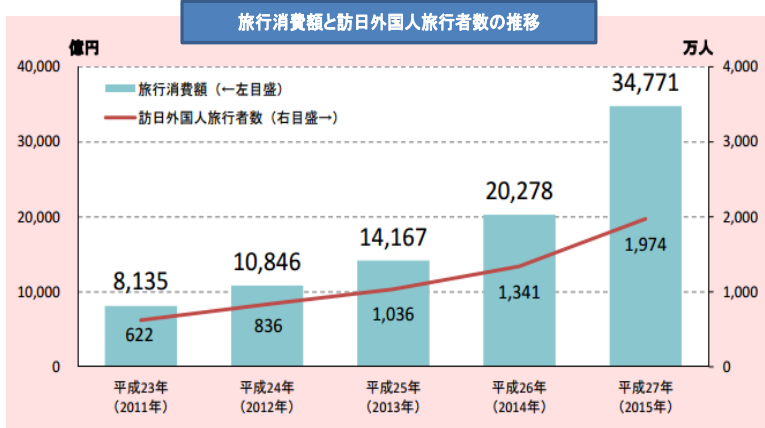
インバウンド（訪日外国人旅行）

平成 28 年 3 月
 ㈱しがぎん経済文化センター
 産業・市場調査部 吉川

政府は成長戦略の一つの柱として「観光立国推進」をテーマに掲げ、各種の施策を行ってきた。ビザ発給要件の緩和などの施策に、LCC（格安航空会社）の就航数増加や円安などの要因も加わり訪日外国人は大幅に増加している。観光庁が発表した2015年訪日客年間累計は1,974万人と、2,000万人にあと一步のところまで迫った。また、訪日外国人の増加は消費の面で大きな効果をもたらし、15年のインバウンド消費は初の3兆円を超えた。

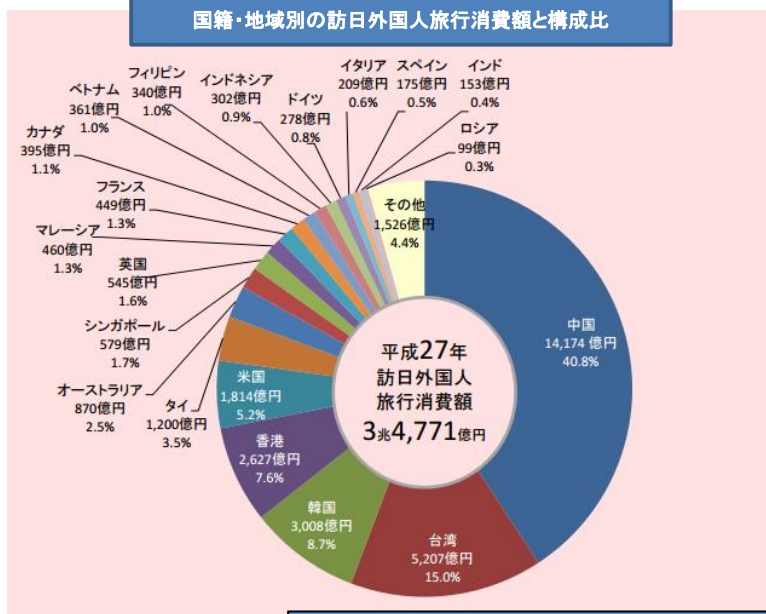
インバウンドの好調に旅行者の国内回帰も加わり観光産業は数少ない成長産業として全国各地で誘致策が展開されている。今回は、「観光産業」の中でもインバウンドに焦点を当て全国、県内の状況を検証していきたい。

絶好調のインバウンド消費 高まる中国の存在感



観光庁が発表している「訪日外国人消費動向調査」をみると、日本を訪れる外国人は2013年に初めて1千万人を超えた。以降、順調に増加し直近の15年では1,974万人と13年からほぼ倍増となった。

これに比例するかたちで、インバウンド消費も大きく増加。14年には2兆円を超え、15年には初の3兆円を超えとなった。



消費を国籍別にみると中国の構成比が大きく上昇している。従前より消費全体の4分の1程度を中国が占めていたが、直近の15年では、消費額1兆4,174億円、構成比は40.8%と4割を超えた。1人当たりの消費額を費目別にみると、中国は「買物代」が突出して高く、全体平均の倍以上となっており、中国人の高い購買欲がうかがえる。

インバウンド消費は国内の実質GDPを0.2%押し上げたとみられ伸び悩む個人消費のけん引役といえる。

観光庁：訪日外国人消費動向調査より抜粋

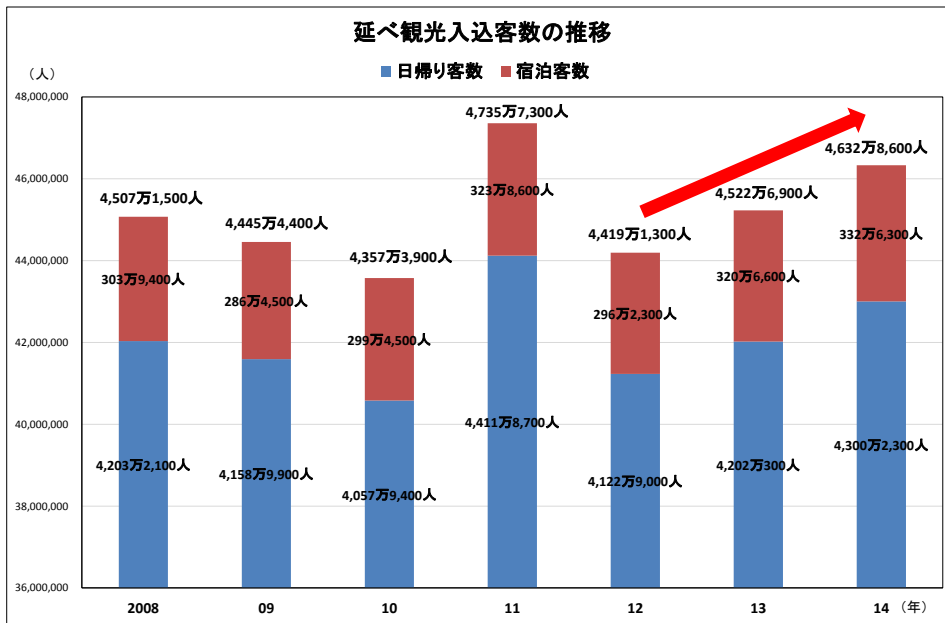
【滋賀県全体の動向】

滋賀県観光入込客数統計調査（14年基準）
 宿泊旅行統計調査（15年基準）

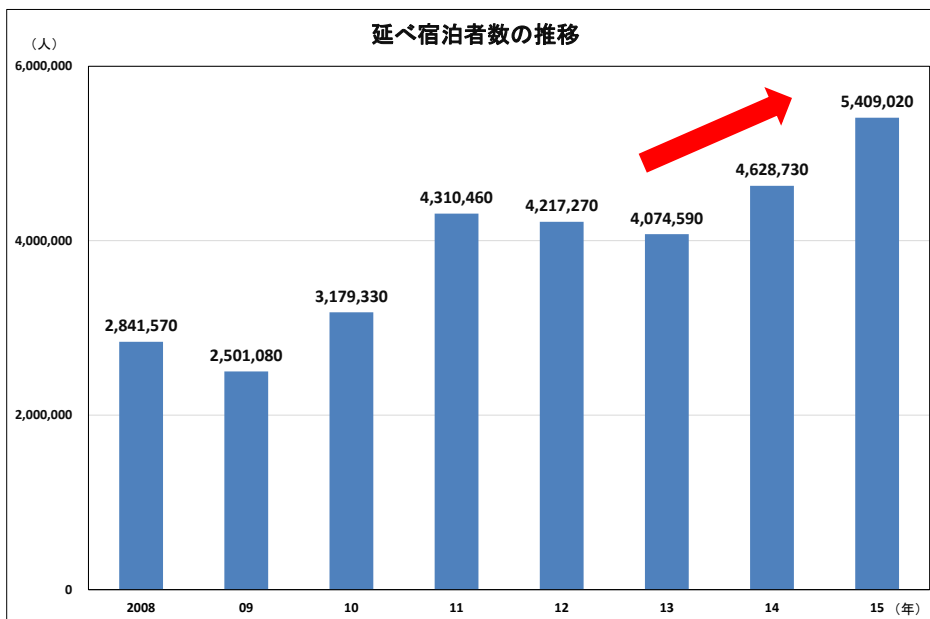
入込客数、延べ宿泊者数ともに大きく増加

延べ観光入込客数は11年に大河ドラマ「江～姫たちの戦国」の影響により過去最高4,735万7,300人を記録。翌年は落ち込んだものの、以降、順調に増加し14年は4,632万8,600人と11年の水準に迫った。15年は未発表であるも11年を超える公算が高いとみられる。

延べ宿泊者数は11年のピークから13年まで2年連続で減少となったものの、14年から反転。15年は過去最高となる540万9,020人と、初めて500万人を超えた。



出所：滋賀県観光入込客統計調査

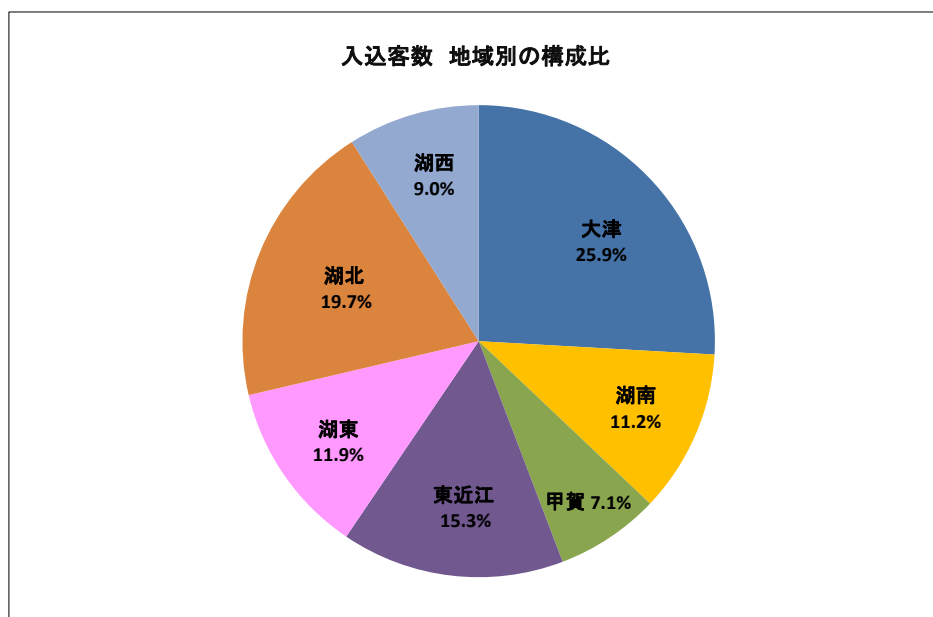


出所：宿泊旅行統計調査

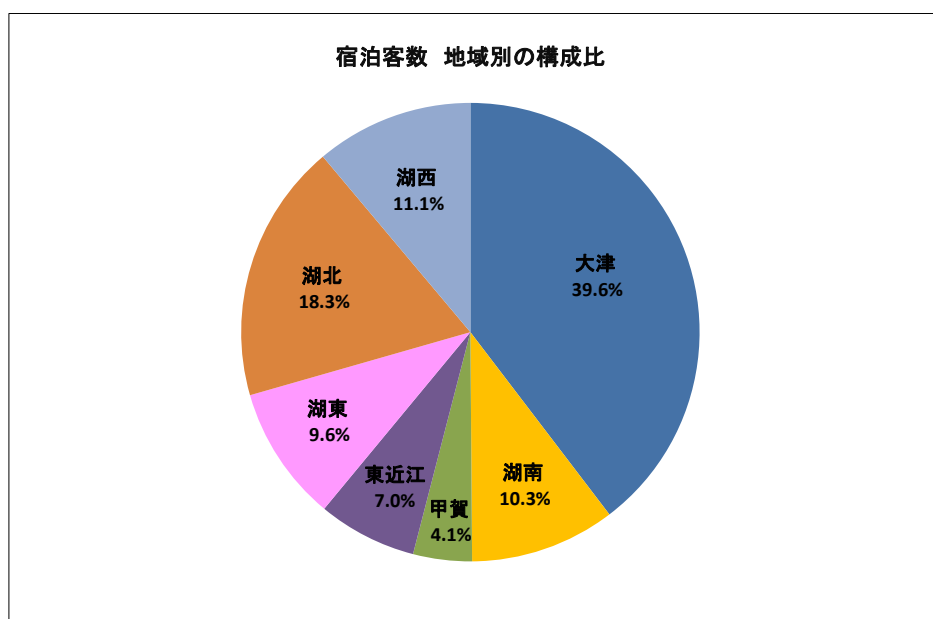
地域別シェアは入込客数、宿泊者数ともに大津がトップ 宿泊客数シェアは大津が4割に迫る 大阪・京都からの流入要因か

入込客数の地域別のシェアをみると、大津地域がトップの25.9%と4分の1を超えた。次いで、湖北19.7%、東近江15.3%が続いた。

宿泊者数の地域別シェアではこちらも大津地域がトップの39.6%と4割に迫った。次いで湖北18.3%、湖南10.3%が続いた。入込客数のシェアおよび地域別の順位を比較すると、大津が更にシェアを高めているのは大阪・京都からの流入要因と考えられる。



出所：滋賀県観光入込客統計調査



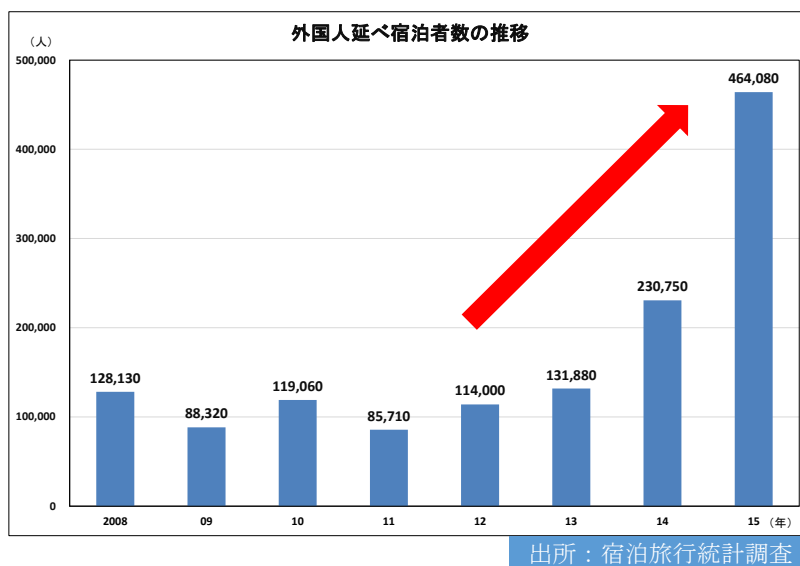
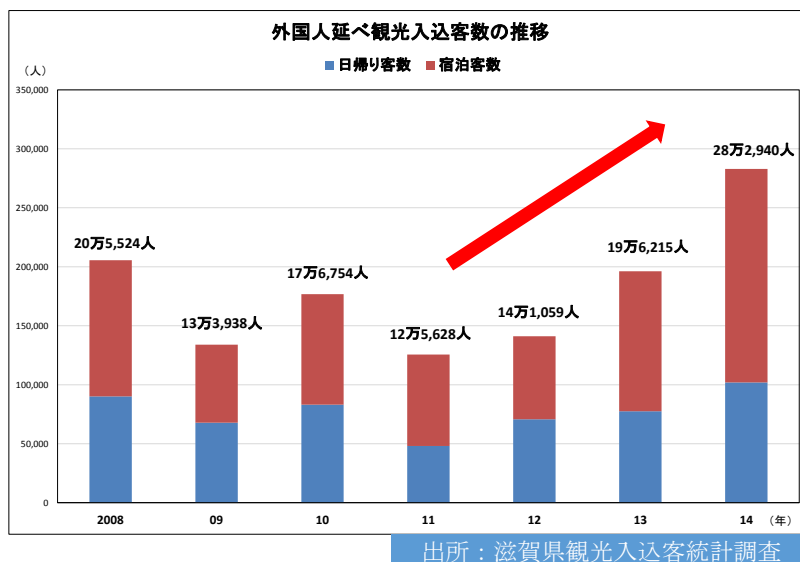
【滋賀県内の訪日外国人の動向】

滋賀県観光入込客数統計調査（14年基準）
宿泊旅行統計調査（15年基準）入込客数、延べ宿泊者数ともに大きく増加
15年の延べ宿泊者数は倍増

外国人延べ入込客数の推移をみると、11年の12万5,628人をボトムとして以降、一貫して増加を続け直近の14年は28万2,940人と、11年との比較では倍以上となった。年々、増加率は高まる傾向にある。

延べ宿泊者数についても同様の動きをみせている。直近の15年では46万4,080人となった。対前年比は23万3,330人増で増加率は101.1%となった。この増加率は全国でもトップクラスの水準となっている。

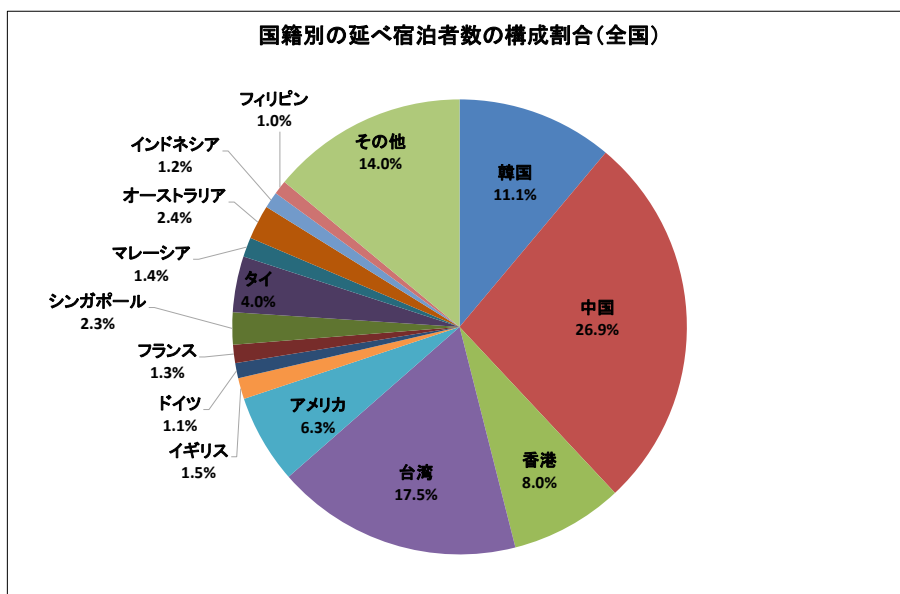
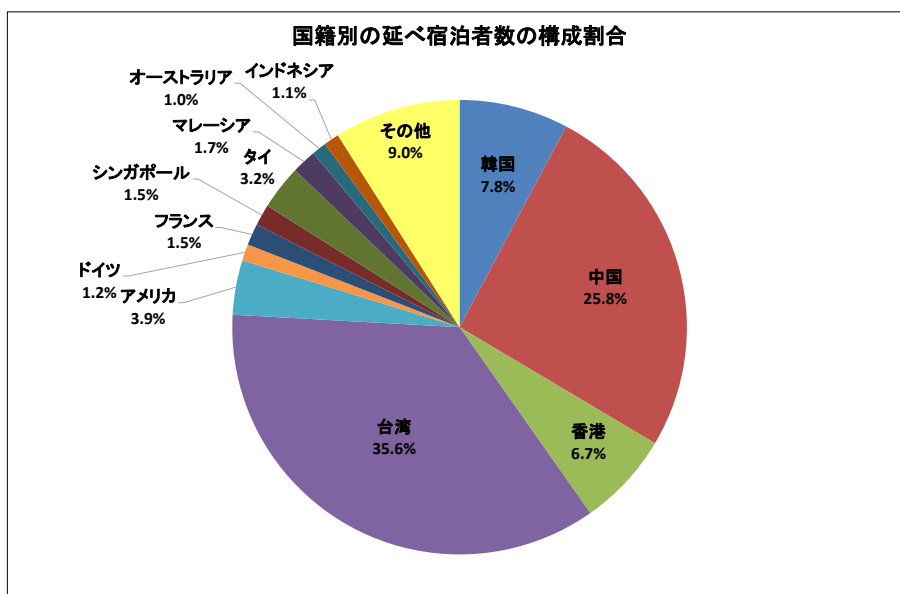
延べ宿泊者数に占める外国人の割合は8.6%と、年々高まる傾向にあるものの依然1割弱であり、全国（13.1%）や近隣の京都（25.7%）、大阪（30.2%）と比較すると低位であり今後も伸びる余地はあるものとみられる。



国籍別では台湾がトップ

外国人延べ宿泊者数を国籍別にみると、台湾がトップの13万5,490人となった。全体に占める割合は35.6%と4割に迫る水準だ。次いで、中国9万7,990人（構成割合25.8%）、韓国2万9,550人（7.8%）、香港2万5,540人（6.7%）が続いた。東アジア圏からの訪日外国人が4分の3を超えた。

全国との比較では、より東アジア圏からの割合が高く、中国よりも台湾が上回っているのが特徴だ。

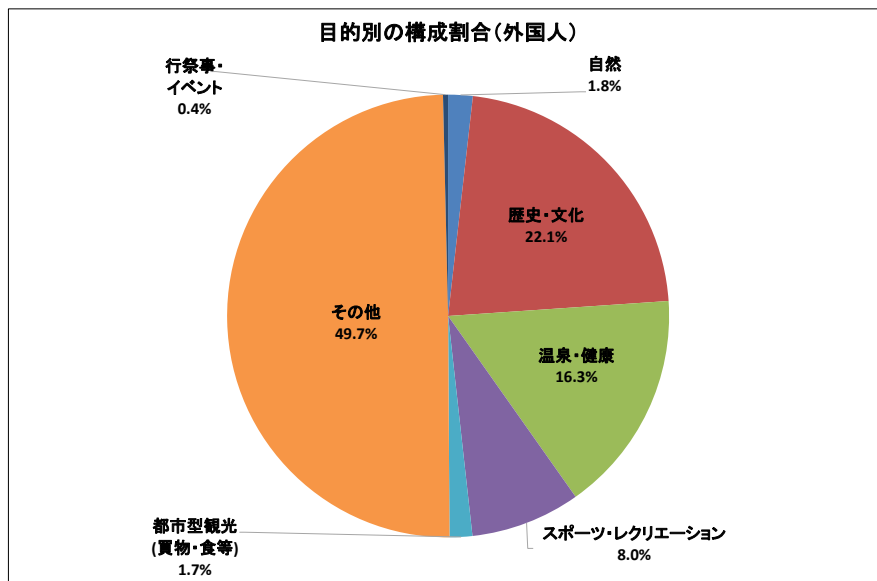


目的別では「その他」がトップ 宿泊目的が要因とみられる

滋賀県を訪れる外国人の訪問目的をみると、「その他」が49.7%とトップ。約5割となった。次いで、「歴史・文化」(22.1%)、「温泉・健康」(16.3%)が続いた。宿泊を目的とする場合は「その他」に分類されることから割合が高まったものと考えられる。

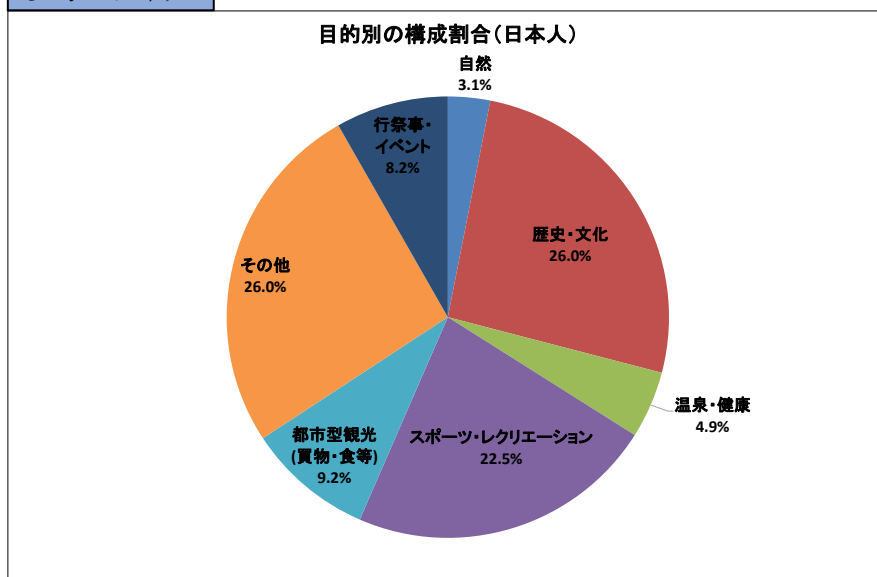
東アジア圏からの訪日客は「買物」を目的とすることが多いといわれているが、「都市型観光（買物・食等）」は1.7%に留まっている。また「歴史・文化」は一定の割合となっているものの、「自然」「行事等・イベント」は極端に少なくなっており琵琶湖に代表される滋賀県の魅力が認知されていない証左といえよう。

国籍別で最も高い構成割合となった台湾では温泉が文化として根付いており、目的別で「温泉・健康」が高くなっているのが滋賀県の特徴といえる。



出所：滋賀県観光入込客統計調査

参考 日本人



【県内でのインバウンド増加に向けた取り組みおよび先進事例】



平成 27 年 1 月に「滋賀 FreeWi-Fi 推進協議会」設立。公共施設等からの運用開始であったが、現在では民間施設への普及が急速に進んでいる。外国人旅行者が強く求めるものがネット環境の整備であり、県内各地で整備が進む。

行政主導による県内事業者向けのセミナー開催事例

海外から見た知られざる近江を発見！！

インバウンドセミナー

～近江牛を核とした「食」と「滋賀の魅力」に迫る～

日時 3月17日(木) 14:00～16:00

会場 ホテルピアザびわ湖クリスタルルーム
大津市に前の浜1-1-20(ピアザ湖内)
※駐車場は有ります。

～近江牛を核としたインバウンド対策・地域活性化～

「近江牛のふるさと」滋賀に、食や観光に関するインバウンドビジネスの第一人者が集結！

日本人が気付かない本当の滋賀の魅力は何か——「近江牛・滋賀の食材・滋賀の観光」について独自の視点で迫ります。

海外から見た滋賀県の本当の魅力を知り、みんなでインバウンド対応を始めましょう！

I ゲスト講演 ～グローバル視点でみた伝統食材・和牛の魅力について～

株式会社トルネオネットワークス代表
Tom Vincent (トム ウィンセント) 氏

内閣府国際観光推進協議会議員
経済産業省「地域活性化伝道師」

II パネルディスカッション ～近江牛を核とした食と滋賀の魅力について～

株式会社トルネオネットワークス代表
Tom Vincent (トム ウィンセント) 氏

日本政府観光局 (JNTO) 理事
小堀 守氏

経産 さま木
佐々木 浩氏
大宮商店株式会社
代表取締役

滋賀県の産品、種別別経営、ネットショップ
の活用、SNS活用、海外からの集客戦略。

滋賀県の産品、種別別経営、ネットショップ
の活用、SNS活用、海外からの集客戦略。

訪日外国人観光客 おもてなし講習会

平成27年の訪日外国人観光客は日本全体で1,974万人（前年比+47%）と急激な伸びを示しています。

これら日本を訪れる外国人観光客の一番の関心は「日本食」であり、滋賀県が全国に誇る「近江牛」を世界中の人に味わっていただく大きなチャンスが広がっています。

一方で、「訪日外国人観光客の方をどのようにおもてなしすればよいか分からない」と思われる方も多くありません。

このような状況を踏まえ、滋賀県では各店舗での訪日外国人観光客の受入れ態勢づくりを支援するための講習会を実施します。

**さあ、大きなチャンスが待っています。
まずはできるところから、
インバウンド対応を始めてみませんか？**

日時 2016年 2月15日(月) 10:00～12:00

会場 コラボしが21 3階大会議室 大津市打出浜2-1
※会場には無料駐車場があります。

プログラム

I インバウンドの現状と今後の展望

- ・インバウンド対策により享受できるメリット
- ・受入れ態勢整備の必要性
- ・自治体の先進事例
- ・ホームページ、メニュー等の多言語化の必要性と方法について

日本政府観光局
インバウンド戦略部次長 **広瀬 正彦 氏**

II インバウンドにおける情報通信技術(ICT)の活用

- ・インバウンド対策のためのWi-Fiアクセスポイントの設置

NTTドコモ インバウンド担当

協議会等の開設の動き

近江八幡版 DMO 構想推進会議（近江八幡市）

⇒1月26日に、「近江八幡版 DMO 構想推進会議（平成27年度第1回）」を開催。具体的施策については今後。

近江インバウンド推進協議会（彦根市）

⇒彦根市や近江八幡市などの湖東にインバウンドの取込みを目的とし設立。会長には彦根商工会議所会頭が就任。行政も支援方針。

外国人に特化した農村体験ツアー（大津市）
事業主体：㈱BSCインターナショナル

【取組概要】

国内外からの観光で滋賀県の農山漁村地域を活性化したい。滋賀に住んでみたいと思う人に来てもらいたい。農業や起業に関心を持ってもらいたいという思いから、その仕組み作りができたかと考えていました。その手段として(株)BSCインターナショナルの下で、自然豊かな琵琶湖の景観を楽しみつつ日本の田舎の暮らしを体験する外国人向けツアーTour du Lac Biwa 事業を始めました。



地域の農家等の協力を得て、彼らの日常の生活スタイルを見てもらい、棚田、古民家、餅つきなどの文化、びわ湖、鮒ずし、地酒、匠の工房、様々なアート、朝宮茶の茶摘み、茶もみなどを体験してもらいます。

外国人に特化した田舎体験ツアーは、個人客、英語を話せる欧米人、ハイエンドクラスのプライベート（または少人数制）ツアーとして対応するため、参加者はH26年7月以降で10組程度ですが、ツアー参加者には、日本人が大切に受け継いできた暮らしを体験できて良かったと好評です。

【取組推進のポイント】

日本の農家の日々の暮らし、普通の生活を見てもらい、田舎の日常生活を体験できることが外国人には好評です。ツアーの添乗員は、地元在住のバイリンガル女性3名の外、彼女達の配偶者であるネイティブスピーカーの欧米人が翻訳監修やコースチェックなどを担当しています。また、パンフレットを英語で作成し、インターネット、旅行会社、京都のホテル・旅館・ゲストハウス等へ情報提供しています。



地元伝統野菜を使用した外国人向けの純和風懐石料理
事業主体：里湯昔話 雄山荘（大津市）

【取組概要】

滋賀県大津市雄琴温泉の里湯昔話雄山荘は、少子高齢化、国際化を踏まえて、インバウンドの取組として、イスラム教徒（ムスリム）の誘致のため、平成26年5月にハラール認証を取得し、調理器具、食器等を区別し、認証に沿った食材を使ったムスリムフレンドメニューによる純和風会席料理の提供を始めました。



また、滋賀県の伝統野菜（とよ坊かぼちゃん、山田大根、杉谷なすび、弥平とうがらし等）や自家菜園の農作物を使った料理を提供し地産地消に取り組んでいます。

なお、イスラム教の礼拝のため、各部屋と宴会場にマットを敷き、足を洗う場所やコンパスを用意しています。

現在、ムスリムの客数は外国人客の1割未満ですが、外国人客総数は、24年3,289人、25年2,978人、26年5,600人です。円安状況もあり、26年12月頃から大幅に増え、それまで全客数の約4%だったものが8%に増加しています。



【取組推進のポイント】

中国人、韓国人の従業員各1名を雇用して、中国語、韓国語に対応しており、館内に英語、中国語、韓国語の案内表示もしています。

売店は27年1月以降、免税対応としています。

大阪市上海事務所、日本政府観光局(JNTO)上海事務所等と情報交換、マレーシアでの商談会参加、海外旅行会社との情報交換、視察受入れなどを行っています。

また、インターネットによる情報発信、英語、中国語、韓国語の3カ国語のチラシを作成し、旅行会社等に配布しています。

近畿農政局 先進事例集より抜粋

農作業と田舎暮らしを体験できる民泊事業（東近江市）
事業主体：NPO法人愛のまちエコクラブ

【取組概要】

東近江市愛東地区は、米・麦・大豆のほか、なし・ぶどうなどの果樹栽培も盛んな地域です。平成10年から琵琶湖の環境保全を目的とした「菜の花プロジェクト」に取り組み、更に地域全体の活性化を目指していこうと、16年に「NPO法人 愛のまちエコクラブ」を設立しました。



同倶楽部では、米や果樹栽培の農作業から味噌やお茶の加工までの「田舎もん体験」事業に取り組み、東近江市の「体験交流型旅行協議会」事業への参画を契機に24年に「愛のまち民泊推進協議会」を組織化し、主に中学校の体験学習旅行の受入を開始しました。これまでに延べ300人程度を受入れてきましたが、同市協議会事業や直接の申込などによる海外の学生も受入れており、これまでに韓国48人(24・25年度)、ノルウェー54人(24・26年度)、ベトナム・フィリピン48名(26年度)の実績があり、27年度もインドネシアからの受入を予定しています。

【取組推進のポイント】

受入家庭(40戸程度)のほとんどが農家であり、かつ2～3世代同居の家庭が多く、常時20～30戸の受入家庭を確保しています。このうち農家民宿は5戸で、他は市の研修受講を条件に民泊を認可されています。英語と韓国語の案内用ガイドを配布し日常の対話に対応しています。



また、民泊事業であることから食事は共同調理、食材の収穫も共同作業で行っており、農家の普段の暮らしを体験してもらっています。

民泊の受入が決まると、数日前までに有線放送で地域内にお知らせするほか、地元のケーブルテレビやFMラジオ放送の取材を通じて認知度を高めて、受入農家の確保に努めています。

農家民泊、農業体験旅行者の受入れ（日野町）
事業主体：近江日野交流ネットワーク

【取組概要】

滋賀県日野町では、農林業等の生業に対する地域住民の自信と誇りを回復し、元気な地域づくりをするために、平成20年、町や観光協会、商工会、農協、農業者等で構成する「三方よし！近江日野田舎体験推進協議会（事務局：日野町）」を組織し、農村生活体験民泊の取組を行っています。



21年には、県下初となる体験型教育旅行の受入れを行い、これまで延べ13,690人を受入れています。

22年から海外からの受入れも行い、JENESYSプログラムによる受入れとして中国、フィリピン、インドネシア、メコン5カ国（ベトナム、ラオス、カンボジア、タイ、ミャンマー）等から延べ302人、ビジットジャパン事業による受入れとして中国、台湾、香港から延べ71人、視察・研修旅行として中国、韓国、台湾、マレーシアから延べ410人、これまで延べ783人を農村生活体験民泊で受入れています。



※三方よしとは、「売り手よし、買い手よし、世間よし」の近江商人の精神、「迎えるもの（売り手）に自信と誇りの回復」、「奉仕者（買い手）に心から感謝」、「地域（世間）に人的・経済的活性化」
※JENESYSプログラムとは、東アジアの青少年を日本に招へいし、相互理解と友好関係の促進を目的とした日本人青少年、市民との交流プログラム事業です。
※ビジットジャパン事業とは、訪日外国人旅行者の増加を目的とした訪日プロモーション事業です。

【取組推進のポイント】

町長を先頭に町としてのバックアップ体制ができており、現在、150戸の受入家庭を確保し取り組んでいます。

京都市から車で約90分の交通アクセスという地の利点を活かし、京都への修学旅行者約100万人をターゲットとして、大手旅行会社への営業活動を行っています。

近畿農政局 先進事例集より抜粋

インバウンド増加による地域活性化に向けて

政府が観光立国を目標として戦略的に行ってきた各種の施策に円安等も相まって、全国的にインバウンドが増加し過去最高の水準になっている。これを受け新たに政府では、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において以下の新たな施策案および目標を発表し各種の具体的な施策を実行していく予定である。

明日の日本を支える観光ビジョン(案)

1 観光資源の魅力を極め、
地方創生の礎に

2 観光産業を革新し、国際競争力
を高め、我が国の基幹産業に

3 すべての旅行者が、ストレスなく
快適に観光を満喫できる環境に

訪日外国人旅行者数	2020年： 4,000万人 (2015年の約2倍)	2030年： 6,000万人 (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年： 8兆円 (2015年の2倍超)	2030年： 15兆円 (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： 7,000万人泊 (2015年の3倍弱)	2030年： 1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年： 2,400万人 (2015年の約2倍)	2030年： 3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年： 21兆円 (最近5年間の平均から約5%増)	2030年： 22兆円 3 (最近5年間の平均から約10%増)

滋賀県内においても全国的な流れを受けて訪日外国人は急増しているものの、これまでみてきた通り、宿泊者の地域別構成割合は京阪神のアクセスが良い大津および南部地域に偏重し、また旅行目的でも宿泊を目的としたものが多いと考えられることから、実態面では京都、大阪からの流入要因が大きいとみられる。訪日外国人旅行者の滋賀県が持つ豊かな観光資源への認知度は未だ低いものと考えられる。

滋賀県の現状を認識した上で、Wi-fi 環境の整備や多言語対応、インバウンド向けのメニュー開発等、受入体制を整えつつ、SNSの活用等の様々な手法を使った情報発信で、滋賀県の認知度を上げていくのが必要と考えられる。

県内のインバウンドは急増しているものの、絶対数は全国比較では少なく、伸びしろは十分である。京阪神や東海圏へのアクセスの良さや琵琶湖に代表される豊かな観光資源等、インバウンドを呼び込む素地は十分であり、各種の施策が奏功し観光産業が県内経済のけん引役となることを期待したい。