

## 第12節 訪日外国人対策（インバウンド）の考え方

政府は、平成 18 年の観光立国推進基本法の制定や、平成 25 年から開始されたビザ要件の緩和など、観光客増加の戦略的な取組を行っています。これに伴い、訪日外国人旅行者は年を経るごとに相当な勢いで増えています。中国人観光客による「爆買い」といった現象もみられました。2020 年東京オリンピック開催の年には、4,000 万人の訪日外国人旅行者を見込んでいます。本節では、商店街におけるインバウンド対策について検討します。

### 1. インバウンド対策を検討する価値

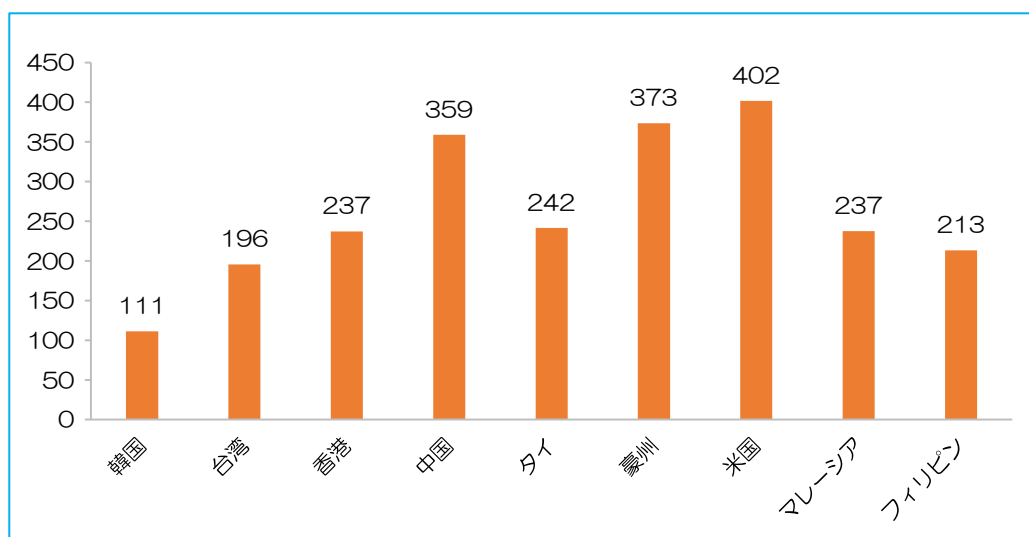
商店街において観光インバウンド対策を行う価値を考えてみましょう。①顧客ターゲット、②客単価、③商店街の活性化の 3 つの側面です。

#### ① 顧客ターゲット

一般に、商店街のお客様の多くは近隣客ですが、インバウンドのお客様は海外からのお客様です。つまり、来街する動機が異なります。異なる顧客ターゲットである海外のお客様への対応には、言語や文化の違い等、手間を要するものもありますが、商店街や地域にある資源の再発見や見直しにつながるなど、新しい商売の種を見つけることにもなり、新たなお客様を確保するチャンスです。

図表 2-12-1 は、訪日外国人旅行者の国別 1 人当たり旅行支出額のグラフです。少子高齢化により市場が縮小する中、新たな市場拡大が可能になります。

図表 2-12-1 訪日外国人旅行者 1 人当たり旅行支出額（単位：千円）



出典：平成 27 年観光庁訪日外国人旅行者の消費動向



## ② 客単価

訪日外国人旅行者のうち、特に観光目的の方は、土産品や物産品の購入、日本ならではの体験等に費用をかけることから、近隣客の購入に比べても客単価は大きいと考えられます。客単価が大きいとは、高単価商品や複数商品の購入によるものであり、外国人旅行者が興味を持つ商品やサービスの開発や仕入という新たな機会を作ることにもつながります。

## ③ 商店街の活性化

訪日外国人旅行者の受入体制整備を、商店街活動を活性化のきっかけとすることもできます。

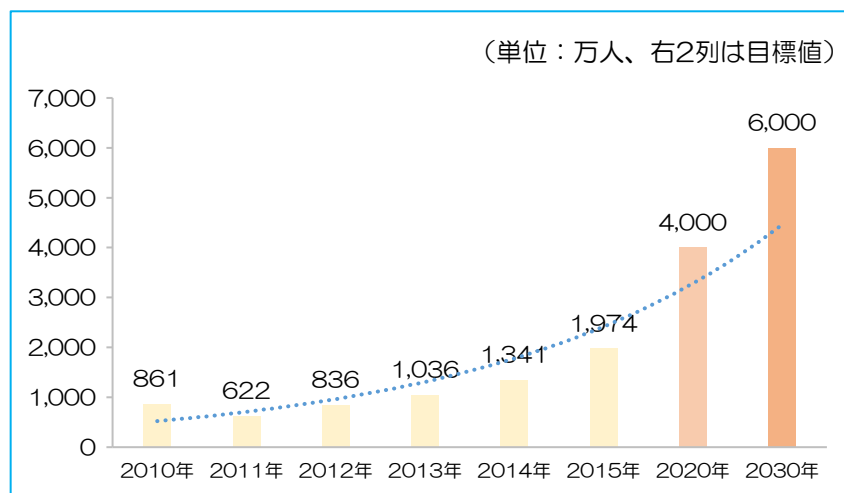
毎年同じ内容のイベントなど活動がマンネリ化している商店街は、新たな取組として多言語対応等に取り組むことで、これまでとは違うメンバーが中心となる可能性もあり、商店街活動全体の再活性化につながります。

こういった対応により、インバウンド対策は、個店に売上と商店街に新たなにぎわいを増やすことが期待できます。

## 2. 訪日外国人旅行者の状況

我が国の訪日外国人旅行者は、図表 2-12-2 のように毎年大幅に増加しています。2016 年 10 月には、2,000 万人を突破しました。今後、オリンピック開催年の 2020 年には、2015 年の倍である 4,000 万人が訪れると予想されています。

図表 2-12-2 訪日外国人旅行者旅行者数（右 2 列は目標値）（単位：万人）



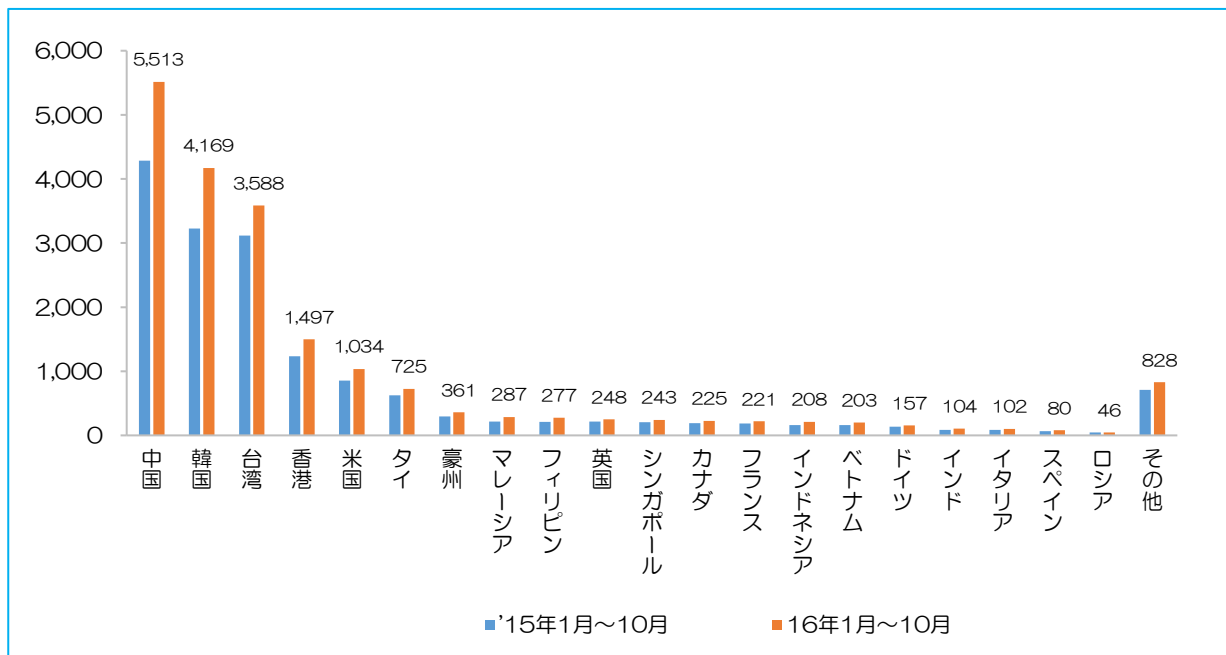
出典：「日本政府観光局(JNTO)」訪日外国人旅行者数より加工

図表 2-12-3 をみると、中国、韓国、台湾からの旅行者が増加していることがわかります。また、地域で捉えると、東南アジア地域の国が多くなっています。これは、埼玉県でも同様の状況です。

このため、商店街や個店においては、これらの国の旅行者にも分かるよう、中国語、英語による表記もしていくことが求められます。



図表 2-12-3 訪日外国人旅行者旅行者比較 1-10 月（'15/'16 年）（単位：千人）



出典：「日本政府観光局(JNTO)」月間速報

### 3. 商店街インバウンド対策の取組ポイント

#### (1) 商店街のインバウンド対策の現状を確認する

外国人旅行者の対策は、商店街として取り組んでいる割合は全体の 1.6%と緒についたばかりです（図表 4-8-31）。取り組んだと回答した商店街は、さいたま市 2 件、川越市 2 件、川口市 1 件、戸田市 1 件、草加市 1 件、志木市 1 件、ふじみ野市 1 件でした。今後、東京オリンピック開催に向けて埼玉県に訪れる外国人旅行者の増加が想定され、商店街としてもビジネスチャンスに備えることが必要です。

#### (2) ハード面とソフト面の強化を進める

外国人旅行者をターゲットとした取組の内容は、回答数が 9 件ですが、ハード対策とソフト対策に分類できます。前者は、街区における Wi-Fi などの設置を行い訪日外国人旅行者などに利便性を高めること、後者は、商店主などが語学研修などを通じて「おもてなし」を向上することなどです。ハード事業については、さいたま市北区、草加市、川口市地域では多言語看板設置と多言語マップ作成、さいたま市北区及び浦和区地域と戸田市地域では Wi-Fi の整備、ソフト事業では、さいたま市北区と川越市地域の商店街が語学研修を行っています。



図表 2-12-4 インバウンド対策の各種の施策例

主な施策	具体的な内容
情報発信	多言語ガイドマップの作成、多言語ホームページによる発信、SNS による観光情報発信
受入環境の整備	Wi-fi の整備、外国人向け案内所の設置、公営トイレ等の様式化、免税店の設置、外国人向けのクレジットカード対応、貸自転車整備、旅行者向けの駐車場の拡充
多言語化対応	多言語ガイドマップ、多言語メニューの作成
観光資源開発	夜のイベント開催による滞在時間延長、ライブイベント開催、街バルの開催による賑わい創出、祭り、伝統和芸鑑賞会等の開催 農産物の収穫体験イベント、サイクリング等のミニ旅行開催 地産品の関係機関によるブランド認定、特色ある酒・食材のブランド化

### (3) セミナー等の開催

商店街の会員の中で、インバウンド対策についての共通認識が得られにくい場合は、行政が開催するセミナーへ参加したり、商店街内での研修としてインバウンド対策を取り入れてみたりすることも有効です。

自店で何ができるかを個別具体的に考える機会を持つことで、徐々にイメージを共有することができるようになります。

