



日銀おかやま 金融経済レポート

2018年12月14日

岡山県のインバウンド観光の現状と 関連企業等における観光振興に向けた取り組み

日本銀行岡山支店

本稿は、岡山支店総務課 福田 信男 が執筆を担当しました。
本稿に関するお問い合わせは、日本銀行岡山支店総務課（電話 086-227-5111）までお願い致します。
なお、本稿は日本銀行岡山支店のホームページ（<http://www3.boj.or.jp/okayama/>）でもご覧頂けます。
本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行岡山支店までご相談ください。
転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。

【要旨】

- ビザの発給要件緩和など政府による観光振興施策の奏功から、訪日外国人客の増加が続いている。こうした訪日外国人客の増加は、国内人口の減少が続く中でも、交流人口の増加を通じて、宿泊業や飲食業を中心とした幅広い産業の活性化に繋がることが期待されている。
- こうした中で、岡山県内の外国人宿泊者数も、訪日リピーター客の増加や岡山空港発着の国際線増便効果から、2011年以降一貫して増加している。県内観光産業における外国人旅行客の存在感は着実に高まっていると言える。
- 一方で、こうした足もとの動きを持続的なものとし、かつ当地経済への波及効果を高めるためには、①外国人旅行者からの認知度の引上げ、②滞在期間中の消費を促す仕組み作り、③ホスピタリティのさらなる向上、といった課題も窺われた。
- この点、県内の観光関連企業を中心に、最近はこれらの課題解決に向けた取り組みが広がってきている。すなわち、認知度の引上げに関しては、観光情報サイトやSNSなどを活用した情報発信を始めた先が目立つほか、県内消費を促す取り組みとしては夜間イベントの企画や体験型観光の実施によって滞在時間を延ばそうとする動きが広がりつつある。この間、ホスピタリティの向上に向けては、留学生アルバイトの採用や多言語表記の看板を設置して、接客力向上に取り組む先が多くみられる。
- 政府による観光施策や、東京オリンピックなどの大規模イベントが控えていることを踏まえれば、訪日外国人客の増加傾向は今後も続くと思込まれる。こうした中で、足もとの県内観光関連企業や自治体の取り組みが進展し、県内観光資源の魅力が一段と高まれば、県内への訪日外国人客の誘客効果も大きくなるとみられる。インバウンド観光の振興を通じて県内経済が一段と活性化することを期待したい。

1. はじめに

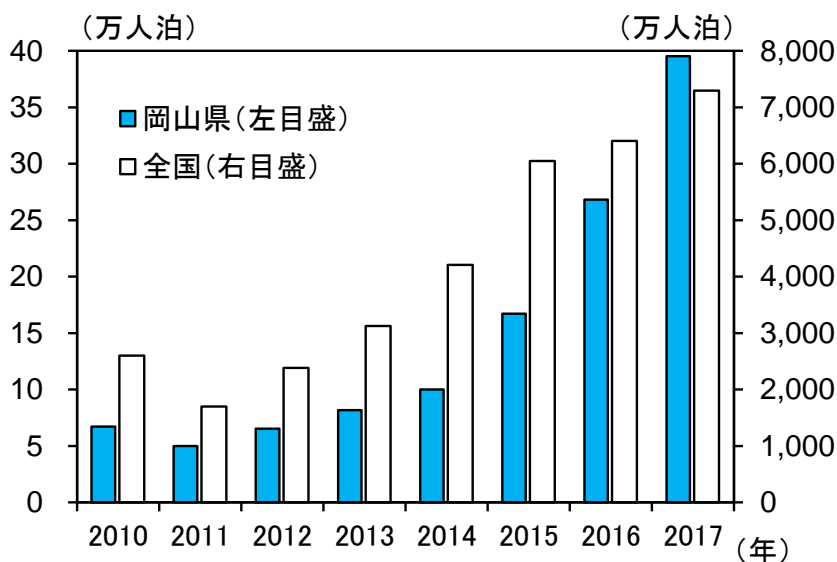
- 訪日外国人客は、ビザの発給要件緩和など政府による観光振興施策¹の奏功から増加を続けている。こうした訪日外国人客の増加は、国内人口の減少が続く中でも、交流人口の増加を通じて、宿泊業や飲食業を中心とした幅広い産業の活性化に繋がることが期待されている。
- そこで本稿では、当地における訪日外国人客の動向を整理するとともに、県内の観光関連企業や自治体におけるインバウンド観光振興に向けた取り組みを考察する。

2. 岡山県における訪日外国人客の特徴

(1) 訪日外国人客の入込状況

- 岡山県内の外国人延べ宿泊者数は、2011年以降一貫して増加しており、2017年の外国人延べ宿泊者数は約40万人泊と2011年の8倍に上る。これは、同4倍の全国を上回る増加ペースとなっている(図表1)。
 - ただし、全国の外国人延べ宿泊者数に占める当県の割合は、2017年時点でも0.5%に過ぎず、入込余地はなお大きい。

(図表1) 外国人延べ宿泊者数



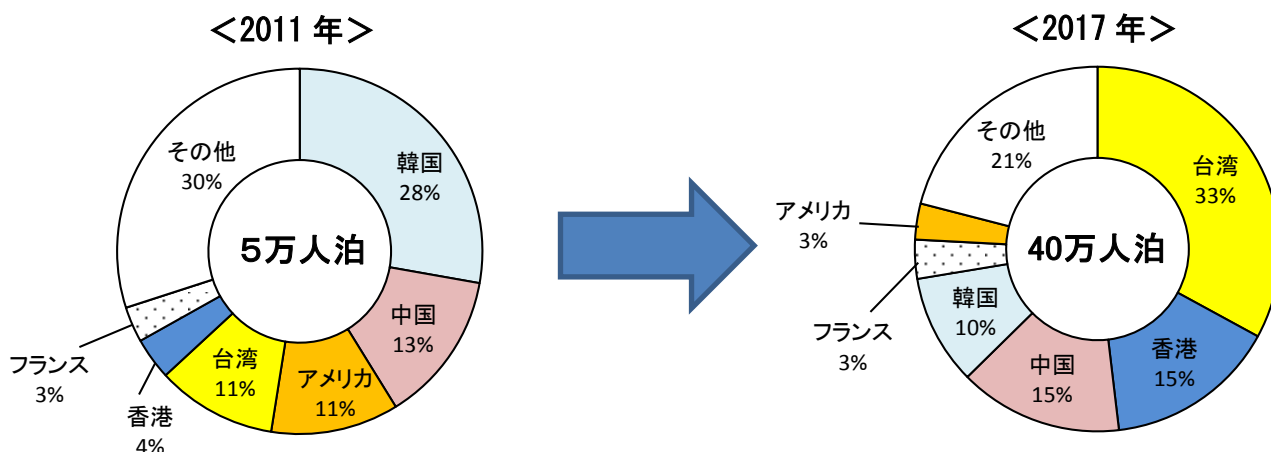
(注) 調査対象は従業者数10人以上の宿泊施設(以下、図表3まで同じ)。

(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

¹ 政府は、観光立国推進基本法(平成18年法律第117号)の規定に基づき、「観光立国推進基本計画」を実施。本計画では、2020年までに、①国内旅行消費額21兆円、②訪日外国人旅行者数4,000万人、③訪日外国人旅行消費額8兆円を目標に掲げている。

- 国籍別にみると、従前は韓国からの訪日客が最も多かったものの、足もとでは、岡山空港発着の国際線が新たに就航した台湾や香港のウェイトが高まっている（図表2）。

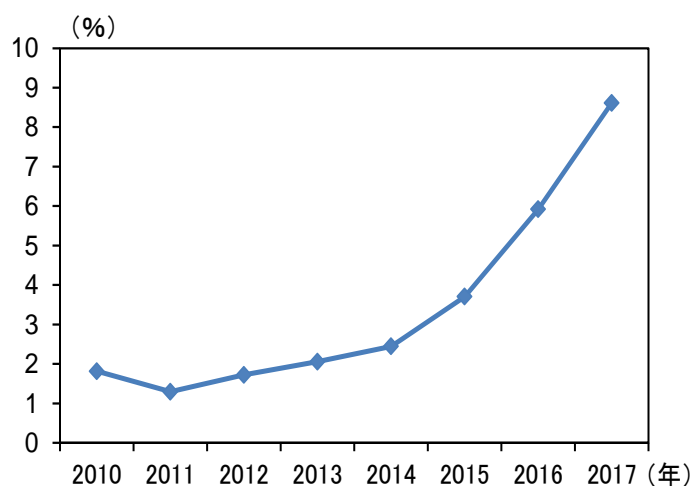
（図表2）国籍別にみた外国人延べ宿泊者数の割合（岡山県）



（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」

- この結果、岡山県全体の宿泊者に占める外国人比率は上昇しており、県内観光産業における外国人旅行者の存在感は着実に高まっていると言える（図表3）。

（図表3）延べ宿泊者数に占める外国人比率（岡山県）



（出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」

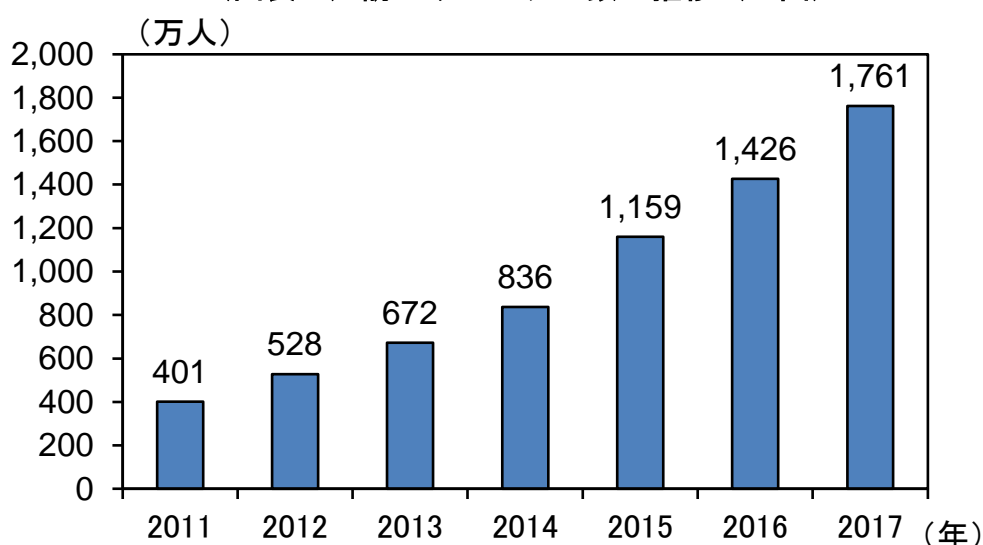
(2) 県内の訪日外国人客が増加している背景

①地方への浸み出し効果

- 全国的に訪日外国人客の増加が続く中で、訪日回数が2回目以上の「リピーター客」も増加している(図表4)。訪日回数別の行き先をみると、訪日が2回目以上のリピーター客は、日本旅行の定番であるゴールデンルート²以外の地域を訪問する傾向がある。

この点、豊富な観光資源を有し、関西からの交通アクセスが良い当地は、訪日外国人客の地方への浸み出し効果の恩恵を受け易いとみられる(図表5)。

(図表4) 訪日リピーター数の推移(全国)



(出所) 観光庁「平成29年訪日外国人消費動向調査【トピック分析】」

(図表5) 訪日回数別にみた行き先(2017年)

	(%)	
	1回目	2回目以上
ゴールデンルート	51	49
ゴールデンルート以外の地域	39	61
岡山県	36	64

(注) 「ゴールデンルート」と「ゴールデンルート以外の地域」は、以下の資料を基に日本銀行岡山支店で算出。

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

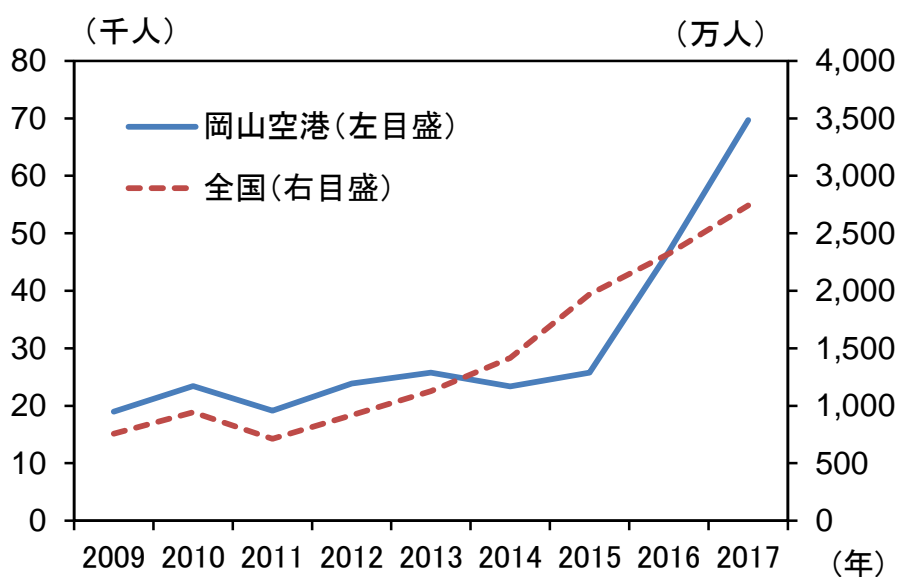
² 訪日外国人客に定番の旅行ルートで、具体的には、東京・箱根・富士山・名古屋・京都・大阪の観光スポットを巡る行程を指すことが多い。本稿では、東京都・神奈川県・山梨県・静岡県・愛知県・京都府・大阪府をゴールデンルートと定義した。

②岡山空港発着の国際線増便効果

○ 岡山空港からの外国人入国者数の推移をみると、国際線の直行便が増便された2016年以降入国者が急増しており（図表6）、これも県内訪日外国人客の増加に寄与している。

岡山空港では、2018年11月にも香港便が増便（週2往復→週3往復）されたところであり、訪日外国人客の県内への誘客にとっては、さらなる追い風になるとみられる。

（図表6）訪日外国人の入国者数



（出所）法務省「出入国管理統計」

3. 訪日外国人客の誘客と県内消費促進に向けた課題

- このように、当地を訪れる外国人客は足もと大きく増加しており、今後も一段の増加が見込まれるが、これを持続的なものとし、かつ当地経済への波及効果を高めるためには、以下に挙げる3つの課題があるように窺われた。

(1) 外国人旅行者からの認知度の引上げ

- 日本政策投資銀行の調査によると、日本の地方観光地を訪れた訪日外国人がしたいこととしては、温泉や自然観光地を訪れることや、郷土料理を食べることなどのニーズが高い（図表7）。

(図表7) 訪日外国人が日本の地方観光地を訪れた際にしたいこと

1位	温泉を楽しむ
2位	自然観光地を訪れる
3位	郷土料理を食べる
4位	その土地で採れた魚介や肉、野菜や果物を味わう
5位	歴史的な建造物（寺や神社、城など）や遺跡を訪れる

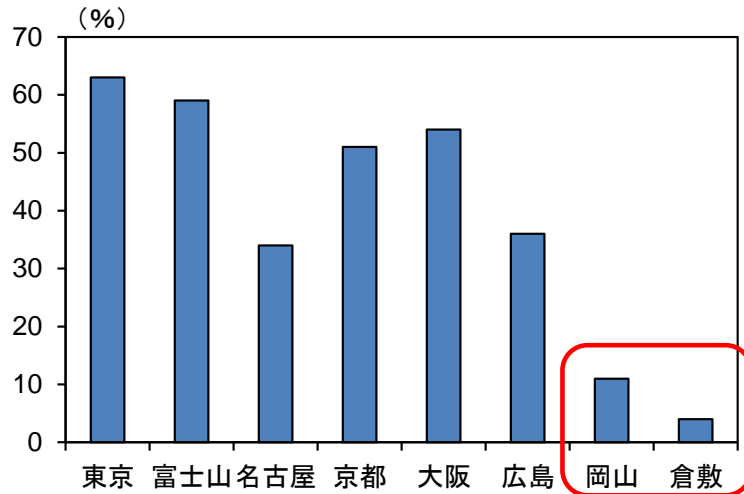
(出所) ㈱日本政策投資銀行・(公財) 日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）」

- この点、岡山県は、これらのニーズに見合う観光資源を豊富に有しており、「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」（2015年6月）には、「3つ星＝わざわざ訪れるべき価値がある場所」として、日本3大庭園の一つである「後樂園」（岡山市）が掲載されているほか、「2つ星＝近くにいれば寄り道して訪れるべき場所」としても、「倉敷美観地区」（倉敷市）や「大原美術館」（倉敷市）が紹介されている。

また、パワースポットとして知られる「吉備津神社」や天空の城として雲海に囲まれる「備中松山城」、湯郷温泉・湯原温泉・奥津温泉の3つの名湯からなる温泉地もある。さらに、瀬戸内の魚介や白桃に代表される農産物などの食材が豊富にあるほか、「ばらずし」など特徴的な郷土料理も多い。

- もっとも、外国人旅行者からみた「岡山」の認知度は低位に止まっているのが実情（図表 8³）。言い換えれば、豊富な観光資源を活かした誘客にはなお向上の余地があるとみられ、外国人に対する「岡山」の認知度上げが今後の課題と言える。

（図表 8）外国人旅行者からみた岡山県の認知度



（出所） ㈱日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）」

（2）滞在期間中の消費を促す仕組み作り

- 訪日外国人の旅行消費単価⁴を都道府県別にみると、岡山県を訪れた外国人の 1 人当たり消費単価は 8,522 円と、各都道府県における旅行消費単価の平均値（21,496 円⁵）を大きく下回っている（図表 9）。

（図表 9）訪問地別にみた 1 人 1 回当たりの旅行消費単価（2017 年）

1 位	北海道	68,029 円
2 位	高知県	65,623 円
3 位	東京都	64,808 円
4 位	鹿児島県	51,731 円
5 位	福岡県	44,867 円

全国平均：21,496 円

43 位	岡山県	8,522 円
------	-----	---------

（出所） 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

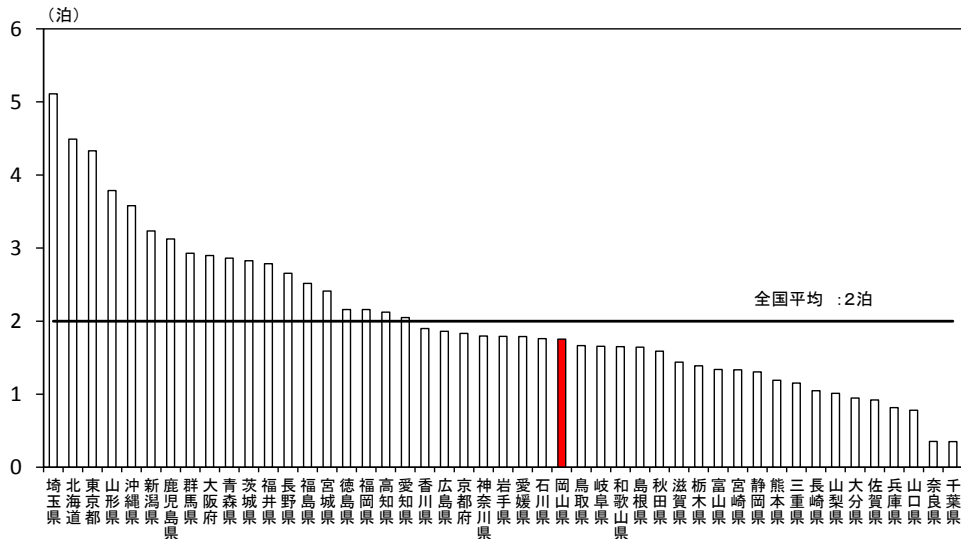
³ 調査対象は、韓国や中国、アメリカやイギリスなど世界 12 か国に居住する海外旅行経験のある 20 歳～59 歳の男女。これらを対象にそれぞれの観光地の認知度を尋ねたもの。

⁴ 旅行消費単価は、観光・レジャー目的による旅行中の支出額の平均値。パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空会社および船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まない。

⁵ 各都道府県における旅行消費単価の単純平均値。

- これは、県内での宿泊日数が少ないことが影響しているとみられ(図表10⁶)、関西や四国、九州など他地域との交通アクセスの良さは当地の強みではあるが、結果として日帰り客が多い可能性が高い。その観点では、当地を訪問した外国人客の滞在時間を延ばす取り組みや、当地での消費を促す仕組み作りが重要と言える。

(図表 10) 都道府県別にみた訪日外国人の平均宿泊数 (2017 年)



(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(3) ホスピタリティのさらなる向上

- 「岡山県外国人観光客交通動態調査」によると、岡山県を訪れた外国人の多くが、「コミュニケーション」(外国語対応)に苦労した様子が窺われる(図表11)。

(図表 11) 旅行中に困ったこと

1位	コミュニケーション
2位	無料公衆無線LAN環境
3位	公共交通の利用方法(乗り方)、利用料金

(出所) 岡山県外国人観光客受入協議会「岡山県外国人観光客交通動態調査報告書」(平成29年3月)

- 外国人客が増加する中では、多言語対応や異文化対応力の向上が一段と重要になるとみられ、この点はソフト面を中心とした体制整備に持続的に取り組むことが必要と思われる。

⁶ 宿泊数は観光・レジャー目的のもの。全国平均は、当該目的における訪問地別宿泊数の単純平均値。

4. 観光関連企業等におけるインバウンド観光振興に向けた取り組み

- こうした中、県内では、足もと観光関連企業を中心に、上述した課題解決に前向きに取り組む動きが広がっている。そこで以下では、これらの取り組みを纏めた。

(1) 認知度向上に向けた取り組み

- 県内観光資源の認知度向上に向けては、足もと個人旅行客の増加が続いていることを踏まえ、観光情報サイトやSNSを活用した情報発信が目立っている。

取り組み主体	取り組み内容
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>施設PRの一環として、今夏からSNSを活用し、四季のイベント情報や園内メインスポットの景観を写真と英語で毎日発信。こうした取り組みを通じて、認知度の向上と外国人客の入込増を図る。</u>
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>当施設で実施している伝統工芸品の製作過程を収めた動画をSNSで発信。これが外国人に好評で、訪日ツアーに組み込まれることで外国人客が急増した。</u>
レンタカー会社	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>訪日外国人に対して県内観光施設の魅力を紹介するSNSアカウントやHPを開設。これら観光地の認知度を高めることによって、県内観光に来る外国人のレンタカー需要を増加させたい。</u>
旅行代理店	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>県内の観光施設を紹介した外国人向け旅行雑誌の発行を開始。この結果、最近では提携先の海外旅行会社を通じて、県内周遊ツアーを申込み外国人観光客が着実に増加している。</u>
自治体	<ul style="list-style-type: none"> ➢ <u>「岡山」の認知度を高めるため、海外の旅行会社やメディアを岡山県に招いて旅行商品を開発するファミトリップを実施。</u>

(2) 県内消費を促す取り組み

- 県内消費を促す取り組みとしては、夜間イベントの企画や体験型観光の実施によって、滞在時間を延ばそうとする取り組みが広がりつつある。このほか、外国人旅行者が使い慣れた決済サービスの導入や買い物クーポンの配布により消費意欲を促そうとする先も少なくない。

取り組み主体	取り組み内容
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>夜型観光による宿泊需要を喚起するため、夜間のライトアップイベントを開始。</u>
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>「コト消費」を好む最近の訪日外国人客の傾向を踏まえ、華道や茶道など日本文化の体験イベントを実施。これにより施設の滞在時間を延ばし、飲食・物販需要の増加を促したい。</u>
宿泊・飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>古民家を再生した宿泊施設と周辺施設が「分散型ホテル」として国内初の認定を取得。これをきっかけに、日本の田舎暮らしを体験したいという訪日外国人の宿泊ニーズを取り込んでいきたい。</u>
自治体	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>県内の観光施設を周遊するスタンプラリーを開催して、訪日外国人の長期滞在を促しているほか、県内商業施設で利用できる訪日外国人限定の割引クーポンを配布して、消費需要を喚起している。</u>
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>外国人旅行者が使い慣れた決済アプリを利用可能にして、決済利便性の向上に取り組み。買い物時のストレスを軽減することで消費意欲を促すことを期待。</u>
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>外国人客の集客を図るため、外国人客向けの買い物クーポンを配布。免税品購入客には、ノベルティのプレゼントサービスも行っている。</u>

(3) ホスピタリティ向上に向けた取り組み

- ホスピタリティ向上に向けた取り組みとしては、増加する外国人客にきめ細かく対応するため、留学生アルバイトの採用や多言語表記の看板などを設置して、接客向上に取り組む先が多い。また、異文化対応力強化の観点から、宗教や思想に対応したサービスを提供する先もみられる。

取り組み主体	取り組み内容
小売業	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>留学生アルバイトを積極的に採用して、外国人客への接客力向上に取り組んでいる。</u>
観光農園	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>外国人客の利便性向上を企図して、多言語対応の予約サイトを開設。施設内の案内板も従来の英語だけでなく中国語の表記を追加。</u>
観光施設	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>外国人客の増加に対応して、4か国語対応の音声ガイドを導入。また、無料Wi-Fiを設置して、SNSの利用が多い外国人客の利便性向上にも配慮している。</u>
宿泊・飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>ムスリム客に対応するため、礼拝スペースを備えた客室を設けたほか、ムスリムの食事メニューも拡充している。</u>
自治体	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>小売店や宿泊施設向けに多言語コールセンターを設立し、24時間受付可能な通訳サービスの提供を開始。</u>

5. おわりに

- 政府による観光振興施策や、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2025年の大阪万博等の大規模イベントが控えていることを踏まえると、訪日外国人客の増加傾向は、今後も続くと思込まれる。

こうした中で、足もとの県内観光関連企業や自治体の取り組みが進展し、県内観光資源の魅力が一段と高まれば、県内への訪日外国人客の誘客効果も大きくなるとみられる。インバウンド観光の振興を通じて県内経済が一段と活性化することを期待したい。

以 上