

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

「販路開拓サポートDAY 冬」

『観光復活！今の日本の現状とこれからの可能性』

2023年12月8日

独立行政法人中小企業基盤整備機構
関東本部
アドバイザー

川端 祥司 (Shoji Kawabata)



経歴

川端 祥司 (Shoji Kawabata)

レインボウパブリッシング株式会社 代表取締役

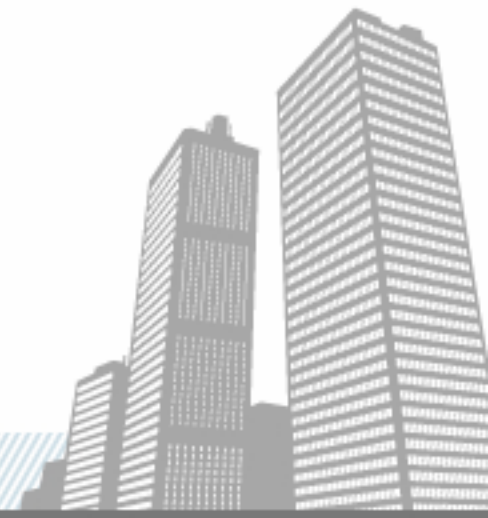
中小企業基盤整備機構 関東本部アドバイザー
観光ビジネス総研 研究員
一般社団法人麒麟のまち観光局 観光アドバイザー
一般社団法人大雪カムイミンタラDMO アドバイザー
長野県大町市 観光アドバイザー
観光庁 広域周遊観光促進専門家

■主な経歴

1959年北海道生まれ
1982年小樽商科大学卒業後、(株)日本リクルートセンター(現(株)リクルート)入社。
1988年びあ(株)、2001年びあ退職後、(株)アイタウン、(株)ぼどを経て、
2006年レインボウパブリッシング(株)設立。代表取締役に就任。
訪日外国人向けフリーペーパー「TOKYO YOKOHAMA RAINBOW plus」を創刊し、
以降、観光・インバウンド事業全般に関わる。
2008年12月、(株)ダイヤモンド・ビッグ社インバウンド事業顧問に就任。インバウンド事業全般を協業し、
2009年7月「TOKYO YOKOHAMA RAINBOW plus」改め「GOOD LUCK TRIP」シリーズ新創刊。
～ 全国の地方自治体、民間事業者に観光・インバウンド全般に関するアドバイス、コンサルティングを行い現在に至る。
2017年4月～2020年3月 地球の歩き方総合研究所設立 主任研究員
2019年4月～中小企業基盤整備機構関東本部チーフアドバイザーに就任。

■インバウンド・観光関連

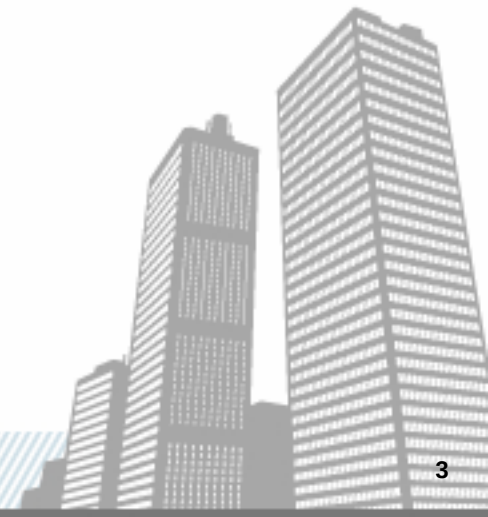
- ・地球の歩き方総合研究所 主任研究員
- ・経産省 中小企業大学校東京、旭川 講師
- ・観光庁 VISIT JAPAN PLUS 大阪ワーキンググループメンバー
- ・国土交通省航空局 今後の中部圏の空港のあり方に関する調査検討会委員
- ・ひょうごツーリズム戦略推進会議委員
- ・奈良県奈良市インバウンドアドバイザー ・神奈川県川崎市観光振興検討部会委員
- ・長野県大町市観光振興計画協議会アドバイザー ・長野県山ノ内町インバウンドアドバイザー
- ・兵庫県豊岡市インバウンドアドバイザー ・兵庫県新温泉町インバウンドアドバイザー 他



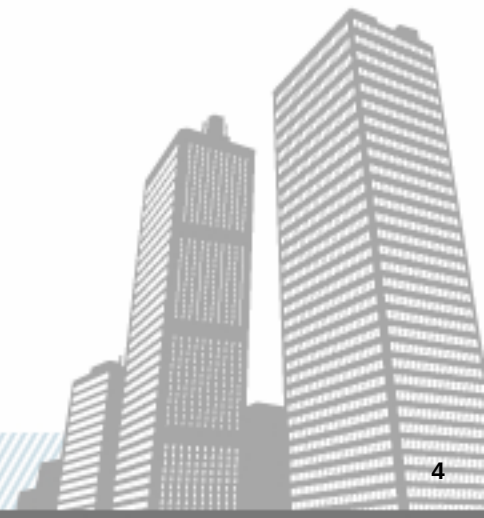
本日のテーマ

●観光復活！今の日本の現状とこれからの可能性

- 訪日外国人観光客の状況
- アフターコロナの観光の現状と可能性
- 効果的な情報発信



☑ はじめに

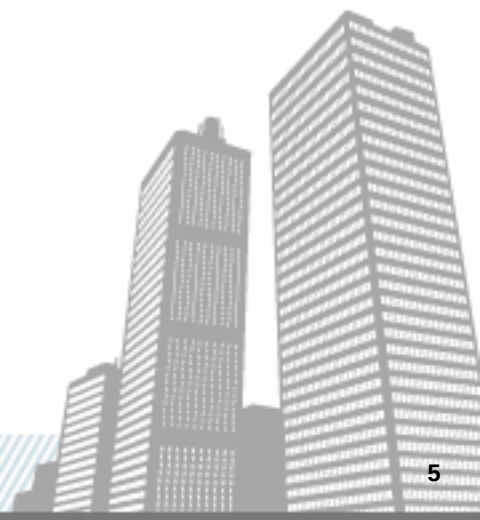


2020年、年初より中国で拡がり始めたコロナウイルスの世界的な蔓延は、想定外の出来事で観光マーケットにも大きな影響を与え、特にインバウンド観光のリスクが浮き彫りになってきたことも事実です。しかし、裏を返すと収束後何をするべきかをしっかりと考える良い機会になったのではないかと思います。

特に日本のインバウンドを含めた観光事業者は、この約10年とにかく忙しく、毎年増え続ける外国人観光客受入の為に走り続けてきました。今回のコロナショックは、ここで一休みし、このようなリスクがあることも含めた今後のあり方を考える良いチャンスだと思います。

そして、2022年10月、ついに日本も海外からの観光客受け入れを再開し、そこに円安の影響も加わり、想定以上の勢いで外国人観光客が日本へ戻ってきています。

コロナウイルスのピンチをチャンスに変え、是非、日本全体で改めて観光マーケットを盛り上げ、観光で地方を元気にしていきましょう。





訪日外客数 (2023 年 10 月推計値)

◇10 月： 2,516,500 人、2019 年同月を超える

- 10 月の訪日外客数は、2019 年同月比 100.8%の 2,516,500 人となり、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて 2019 年同月を超えた。
- シンガポールをはじめとした東南アジア、また米国やドイツなどを含む欧米豪地域等において訪日外客数が増加したことが今月の回復率の押し上げ要因となった。なお、国際線定期便に関しては、2023 年冬ダイヤ時点においてコロナ禍前の約 8 割まで運航便数が回復し、その後も東アジアを中心に増便・復便が続いている。
- 23 市場のうち 14 市場（韓国、台湾、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、豪州、米国、カナダ、メキシコ、ドイツ、イタリア、スペイン）において 10 月として過去最高を記録したほか、カナダ、メキシコ、ドイツにおいては単月過去最高を更新した。
- 個人観光再開から 1 年が経過し、訪日外客数は堅調に回復をしているところ、今後も、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の実現に向け、市場動向を綿密に分析しながら、訪日旅行プロモーションに取り組んでいく。



【参考】 2023年 訪日外客数・出国日本人数 (対2022年比)
 [reference] 2023 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers (Compared to 2022)

日本政府観光局(JNTO)
 Japan National Tourism Organization(JNTO)

2023年11月15日
 15/Nov/2023

(単位:人 / Unit: Persons)

	訪日外客数 Visitor Arrivals			出国日本人数 Japanese Overseas Travelers		
	2022	2023	伸 率 Change %	2022	2023	伸 率 Change %
1 Jan.	17,766 (649)	1,497,472 (1,308,606)	8328.9 (201,534.2)	74,982	443,105	490.9
2 Feb.	16,719 (999)	1,475,455 (1,297,458)	8725.0 (129,775.7)	46,932	537,705	1045.7
3 Mar.	66,121 (3,371)	1,817,616 (1,582,518)	2,648.9 (46,845.1)	70,678	694,292	882.3
4 Apr.	139,548 (6,166)	1,949,236 (1,738,172)	1,296.8 (28,089.6)	129,168	560,183	333.7
5 May	147,046 (7,308)	1,899,176 (1,656,118)	1,191.6 (22,561.7)	134,013	675,603	404.1
6 Jun.	120,430 (12,405)	2,073,441 (1,882,296)	1,621.7 (15,073.7)	171,529	703,259	310.0
7 Jul.	144,578 (30,315)	2,320,694 (2,108,438)	1,505.2 (6,855.1)	277,945	891,615	220.8
8 Aug.	169,902 (31,441)	2,157,190 (1,897,129)	1,169.7 (5,933.9)	386,412	1,200,930	210.8
9 Sep.	206,641 (42,108)	2,184,300 *	957.1 *	319,165	1,004,730	214.8
10 Oct.	498,646 (326,699)	2,516,500 *	404.7 *	349,557	937,700 *	168.3 *
11 Nov.	934,599 (773,983)			379,196		
12 Dec.	1,370,114 (1,252,391)			432,193		
1~10 Jan.-Oct.	1,527,397 (461,461)	19,891,100 *	1,202.3 *	1,960,381	7,649,100 *	290.2 *
1~12 Jan.-Dec.	3,832,110 (2,487,835)			2,771,770		



2023年の訪日外国人観光客の状況

2023年10月 訪日外客数（JNTO推計値）（対2019年比）

Visitor Arrivals for Oct. 2023 (Preliminary figures by JNTO)(Compared to 2019)

1位
2位
3位
5位

4位

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2019年 10月	2023年 10月	伸率(%)	2019年 1月～10月	2023年 1月～10月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,496,568	2,516,500	0.8	26,914,388	19,891,100	-26.1
韓国	South Korea	197,281	631,100	219.9	5,131,596	5,525,900	7.7
中国	China	730,631	256,300	-64.9	8,133,209	1,854,200	-77.2
台湾	Taiwan	413,701	424,800	2.7	4,150,231	3,399,400	-18.1
香港	Hong Kong	180,562	179,300	-0.7	1,841,448	1,662,800	-9.7
タイ	Thailand	145,333	124,600	-14.3	1,013,776	755,700	-25.5
シンガポール	Singapore	41,937	55,100	31.4	326,581	391,500	19.9
マレーシア	Malaysia	48,864	45,200	-7.5	358,355	303,500	-15.3
インドネシア	Indonesia	34,094	40,300	18.2	316,363	323,500	2.3
フィリピン	Philippines	64,690	69,200	7.0	466,809	479,500	2.7
ベトナム	Vietnam	46,510	50,400	8.4	422,553	490,000	16.0
インド	India	13,929	16,800	20.6	149,294	136,300	-8.7
豪州	Australia	51,563	62,000	20.2	500,791	464,000	-7.3
米国	U.S.A.	153,363	211,900	38.2	1,430,370	1,677,900	17.3
カナダ	Canada	37,667	51,700	37.3	306,814	350,400	14.2
メキシコ	Mexico	7,385	12,500	69.3	58,752	75,700	28.8
英国	United Kingdom	68,401	37,400	-45.3	358,820	268,100	-25.3
フランス	France	39,457	34,400	-12.8	291,782	235,500	-19.3
ドイツ	Germany	26,276	30,900	17.6	203,380	203,000	-0.2
イタリア	Italy	14,731	16,300	10.7	139,223	128,300	-7.8
スペイン	Spain	13,739	15,500	12.8	112,413	98,500	-12.4
ロシア	Russia	14,348	5,700	-60.3	98,068	32,800	-66.6
北欧地域	Nordic Countries	15,094	14,400	-4.6	118,974	96,200	-19.1
中東地域	Middle East	11,955	10,200	-14.7	79,770	94,300	18.2
その他	Others	125,057	120,500	-3.6	905,016	844,100	-6.7



各国の人口に対する訪日割合(2019年)

国名	訪日人数	人口	割合	対前年伸び率
①中国	9,594,300	1,367,820,000	0.7%	14.5
②韓国	5,584,600	51,250,000	10.9%	-25.9
③台湾	4,890,600	23,540,000	20.8%	2.8
④香港	2,290,700	7,370,000	31.1%	3.8
⑤米国	1,723,900	319,050,000	0.5%	12.9
⑥タイ	1,319,000	68,980,000	1.9%	16.5
⑦豪州	621,800	24,390,000	2.5%	12.6
⑧フィリピン	613,100	104,180,000	0.6%	21.7
⑨マレーシア	501,700	31,630,000	1.6%	7.1
⑩ベトナム	495,100	92,690,000	0.5%	27.3
⑪シンガポール	492,300	5,610,000	8.8%	12.6
⑫英国	424,200	65,650,000	0.6%	27.0
⑬インドネシア	412,800	251,490,000	0.2%	4.0
⑭カナダ	375,200	36,230,000	1.0%	13.5
⑮フランス	336,400	64,610,000	0.5%	10.3
⑯ドイツ	236,500	82,490,000	0.3%	9.8
⑰インド	175,900	1,259,700,000	0.0%	14.2
⑱イタリア	162,800	60,670,000	0.3%	8.5
⑲スペイン	130,200	46,400,000	0.3%	9.5
⑳ロシア	120,000	143,700,000	0.1%	26.6
その他	1,381,000			15.2
合計	31,882,100	4,107,450,000	0.8%	2.2

赤地: 東アジア
黄色地: 東南アジア
青地: 欧米豪
緑地: 南アジア



●訪日BEST20力国のエリア毎の状況

エリア	訪日人数	人口	割合	全体の割合	対前年伸び率
東アジア	22,360,200	1,449,980,000	1.5%	70.1%	2.3%
東南アジア	3,834,000	554,580,000	0.7%	12.0%	15.2%
欧米豪	4,131,000	843,190,000	0.5%	13.0%	13.9%
南アジア	175,900	1,239,700,000	0.0%	0.5%	14.2%
その他	1,381,000			4.3%	15.2%

- ・全体の割合で見ると東南アジアよりも欧米豪の方が沢山来ている。
- ・伸び率は、東南アジアの方が高い。
- ・東アジアは、4カ国、東南アジアは、6カ国、欧米豪は、9カ国の合計。
- ・欧米豪という括りは、広すぎる。更にエリア毎の数字を見る必要がある。

●欧米豪のエリア毎の状況

エリア	訪日人数	人口	割合	全体の割合	対前年伸び率
ヨーロッパ	1,410,100	463,520,000	0.3%	4.4%	15.8%
米国・カナダ	2,099,100	355,280,000	0.6%	6.6%	13.0%
豪州	621,800	24,390,000	2.5%	2.0%	12.6%
合計	4,131,000	843,190,000	0.5%	13.0%	13.9%

- ・ヨーロッパでポテンシャルが高そうな国は、英国、フランス、ドイツ。ロシアは、景気に左右されるが、伸び率も高く、距離も近いので可能性は、高い。また、ロシアからの訪日客は、富裕層が多い。
- ・カナダ、豪州は、客層も似ており、今後伸びる可能性を秘めている。



訪日外国人の目的別割合

	訪日数	観光(%)		商用(%)		その他(%)	
中国	8,380,100	87.8	7,357,728	5	419,005	7.2	603,367
韓国	7,539,000	92.3	6,958,497	5.1	384,489	2.7	203,553
台湾	4,757,300	95.6	4,547,979	2.7	128,447	1.7	80,874
香港	2,207,900	97.8	2,159,326	1.2	26,495	1	22,079
東アジア合計	22,884,300	91.9	21,023,530	4.2	958,436	4.0	909,873
タイ	1,132,100	93.1	1,053,985	4	45,284	2.9	32,831
シンガポール	437,300	90.3	394,882	8.4	36,733	1.3	5,685
マレーシア	468,300	90.9	425,685	6.2	29,035	2.9	13,581
インドネシア	396,900	82.7	328,236	8	31,752	9.3	36,912
フィリピン	504,000	83.3	419,832	5.6	28,224	11.1	55,944
ベトナム	389,100	34.7	135,018	10.7	41,634	54.6	212,449
東南アジア合計	3,327,700	82.9	2,757,638	6.4	212,662	10.7	357,401
インド	154,100	39.6	61,024	38.1	58,712	23.3	35,905
南アジア合計	154,100	39.6	61,024	38.1	58,712	23.3	35,905
アメリカ	1,526,500	78.8	1,202,882	15.9	242,714	5.3	80,905
カナダ	330,500	89.2	294,806	6.9	22,805	3.9	12,890
北米合計	1,857,000	80.7	1,497,688	14.3	265,518	5.1	93,794
イギリス	334,000	75.5	252,170	17.7	59,118	6.8	22,712
フランス	304,900	75.7	230,809	16.4	50,004	5.9	17,989
ドイツ	215,300	63.1	135,854	30.8	66,312	6.1	13,133
イタリア	150,000	77.6	116,400	17.6	26,400	4.8	7,200
ロシア	94,800	66.2	62,758	22.1	20,951	11.7	11,092
スペイン	118,900	85.6	101,778	9.1	10,820	5.3	6,302
欧州合計	1,217,900	73.9	899,770	19.2	233,605	6.4	78,428
オーストラリア	552,400	90.1	497,712	6.9	38,116	3	16,572
オーストラリア合計	552,400	90.1	497,712	6.9	38,116	3	16,572
その他	1,198,500						
合 計	31,191,900	88.7	27,667,215	6.2	1,933,898	5.1	1,590,787

- ・アジアに比べ欧米は、商用目的の割合が高い。
- ・ベトナム、インドは、観光目的は、全体の3割強。
- ・単純に訪日数だけで判断するのは危険。



○年末年始（2023年12月23日～2024年1月3日）の旅行動向

- ・ 総旅行人数は2858万人（前年比105.0%、2019年比95.0%）（JTB調べ）
- ・ 国内旅行者数は前年比103.7%の2800万人（2019年比95%）と推計
- ・ 国内旅行平均費用は同110.8%の4万1000円（同128.1%）
- ・ 国内旅行総消費額は同114.9%の1兆1480億円（同122.6%）と推計
- ・ 旅行日数については、「1泊2日（32.3%）」が最も多いものの、前年から3.3ポイントの減少。「2泊3日（27.6%）」も1.0ポイント減少している。一方、3泊4日から6泊7日はいずれも前年より増加している。

○オーバーツーリズム問題

- ・ 京都、美瑛（北海道）、鎌倉、伊根（京都府）

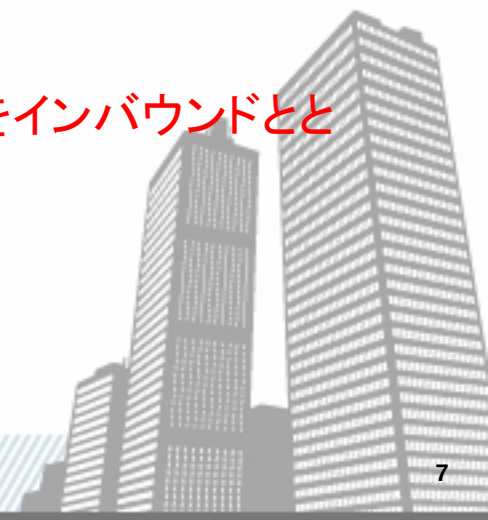
○地元の人との交流が人気

○2023年10月（第1次速報）の延べ宿泊者数は、前年同月比20.6%増の5314万人泊で、2019年同月比では6.2%増だった。日本人が2019年同月比で3.9%増の4133万人泊、外国人は同15%増の1180万人泊で、ともに2カ月連続のプラス成長となった。





- コロナ収束後、外国人観光客が戻るのに1年半～2年かかると言われていました。
→2019年の3,188万人に戻るという意味。→ところが予想外に戻りが早い！
外国人観光客で潤い過ぎていた地域、施設が完全に元に戻るまでの時間という意味。
→皆さんの地域、施設は、上記に当てはまりますか？
- 私がお手伝いさせて頂いている地域、施設は、上記に当てはまらないところがほとんど→という事は？皆さんの地域、エリアでの外国人観光客入れ込み数をベースに考えれば、それほど悲観する必要はないのではないのでしょうか？
それよりも、日本人がどれだけ戻るかの方が大変だと思います。
- 皆さんのエリアへ外から入ってくる人は、日本人も外国人も全てをインバウンドととらえて、考えてみませんか？



4. アフターコロナの観光の可能性





アフターコロナの観光の可能性

- アフターコロナの旅行のキーワード
 - ・NATURE → 自然
 - ・WELLNESS → 心と体の健康（体験、食）
 - ・サステイナブル→「環境」「文化」「経済」の観点で、持続可能かつ発展性のある観光を目指す

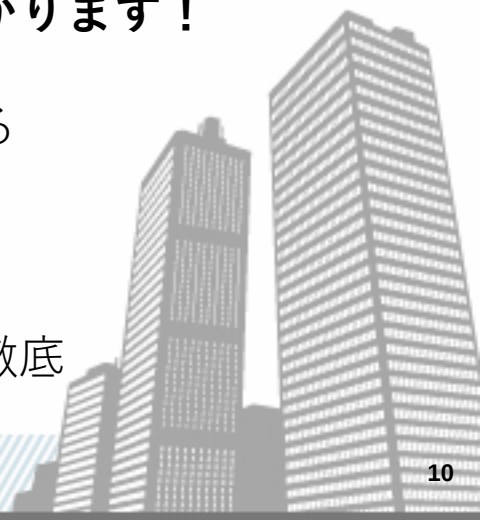
※田舎で暮らす様に旅をする 滞在型旅行

ガストロノミーツーリズム（その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム）

アドベンチャーツーリズム（アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行）

アフターコロナは、地方にとって、益々チャンスが広がります！

- 他にはないオンリーワンコンテンツを探す→無ければ作る
 - ・自然 ・体験 ・文化、歴史
- 受け入れ環境整備
 - ・人材、ガイド養成 ・インフラ整備 ・コロナ対策の徹底





中小機構としての取組・支援事例

1. 支援先の概要

- 支援先：ウィルダネス東京（西多摩、奥多摩エリアの中小事業者）
- テーマ：①着地型観光商品の開発、地域産品（食品）の開発、観光商品・**地域産品**等の販路開拓支援
②地域のブランディング
- 施策：地域経済振興支援事業
- 担当：関東本部

2. 支援に至った経緯・支援先の課題

- 背景：西多摩、奥多摩地域の観光拠点を繋ぎ、個々ではなく面として付加価値が高い着地型旅行商品等を開発し、エリア＝面としての強みを活かし、地域全体にお金が落ちる仕組みを作りたい。併せて観光（アドベンチャートラベル）×SDG'sにより旅行単価を向上させたい。
- 企業や地域の現状・課題
 - ・事業者の規模が小さく、地域連携が出来ていない。
 - ・西多摩、奥多摩エリアの情報発信がきちんと出来ていない為、知名度が低い。
 - ・危機感の強い事業者が集まり、連携した観光促進、地域活性化、特産商品作り、ブランディングをしていきたいとの目的で「東京マウンテンプロジェクト」を結成し、地域連携への機運の造成が始まった。
 - ・やる気はあるが、予算が無い。
 - ・ターゲットが不明確である。

3. 支援内容

- 観光プロジェクト（10社）、地域産品（食品）開発プロジェクト（10社）の2チームを立ち上げ、それぞれのコンテンツの洗い出し、SWOT分析ワーキングの実施。
- 旅行商品造成、料金設定の考え方をアドバイスし、観光プロジェクトに参加している各事業者毎に商品タリフ制作。
- 地域産品のペルソナ設定、コンセプトづくりアドバイス。
- 海外旅行エージェントとのリモート商談の実施。
- 国内のOTA、ランドオペレーターのファムトリップの実施。
- 越境ECセミナーの開催。

4. 支援先の成果

- 観光プロジェクトに関しては、旅行商品タリフの完成。
- 海外のエージェントからの視察受け入れ及び実際に観光客の受入実績も出来る。→ターゲット設定。
- 地域産品（食品）プロジェクトに関しては、ジビエ商品開発の可能性の検討、試食会等の実施。
- 越境ECを見据えた専門家派遣の実施。

5. 支援のポイント

- 各事業者毎の商品内容を実際に体験、視察しながら専門家による内容、料金等に関するアドバイスをを行った。
- 実際に商品を販売する立場のエージェントの方々に現地を視察頂き、アドバイスをもらい、商品をブラッシュアップ。
- 奥多摩、西多摩エリアのゲートタウンとしての立川市との連携を強化。
- 地域産品開発希望事業者のヒアリングを徹底的に行い、専門家によるOEM先、販路紹介等を丁寧に実施



○世界で一番使われている検索サイトは何か知っていますか？

⇒Google検索です

○世界で一番使われている地図は何か知っていますか？

⇒Googleマップです

では、この二つに情報を載せてもらえば良いのでは？

⇒お願いしてもお金を払っても載せてもらえません！

○どうすれば、Google検索で上位に上がり、Googleマップに情報を反映させられるのでしょうか？

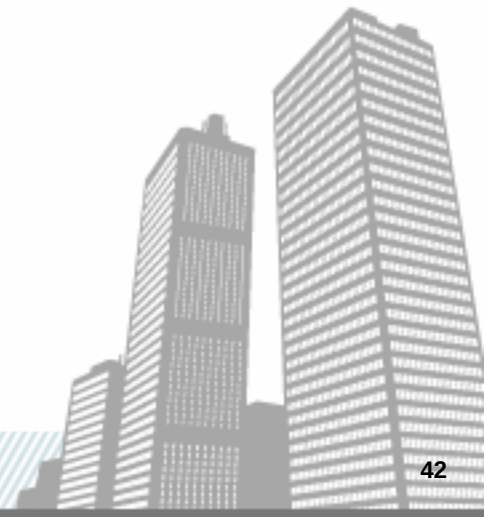
⇒**地域一体となって、Googleビジネスプロフィールに登録しましょう！**



ご清聴ありがとうございました。

お問い合わせは

kawabata-kanto@smrj.go.jp





世界の人口(参考資料①)

全世界

順位	名称	単位: 100万人	前年比	地域	推移
1位	中国	1,367.82	→ -	アジア	
2位	インド	1,259.70	→ -	アジア	
3位	アメリカ	319.05	→ -	北米	
4位	インドネシア	251.49	→ -	アジア	
5位	ブラジル	202.77	→ -	中南米	
6位	パキスタン	186.29	→ -	アジア	
7位	ナイジェリア	173.94	→ -	アフリカ	
8位	バングラデシュ	158.22	→ -	アジア	
9位	ロシア	143.70	→ -	ヨーロッパ	
10位	日本	127.06	→ -	アジア	
11位	メキシコ	119.72	→ -	中南米	
12位	フィリピン	99.43	→ -	アジア	
13位	エチオピア	90.98	↑ +1	アフリカ	
14位	ベトナム	90.63	↓ -1	アジア	
15位	エジプト	86.70	→ -	アフリカ	
16位	ドイツ	81.10	→ -	ヨーロッパ	
17位	コンゴ(旧ザイール)	79.30	→ -	アフリカ	
18位	イラン	77.97	→ -	中東	
19位	トルコ	76.90	→ -	中東	
20位	タイ	68.66	→ -	アジア	
21位	イギリス	64.51	→ -	ヨーロッパ	
22位	フランス	63.92	→ -	ヨーロッパ	
23位	イタリア	59.96	→ -	ヨーロッパ	
24位	南アフリカ	54.00	→ -	アフリカ	
25位	ミャンマー	51.42	→ -	アジア	

アジア

順位 (世界)	名称	単位: 100万人	前年比	地域	推移
1位 (1位)	中国	1,367.82	→ -	アジア	
2位 (2位)	インド	1,259.70	→ -	アジア	
3位 (4位)	インドネシア	251.49	→ -	アジア	
4位 (6位)	パキスタン	186.29	→ -	アジア	
5位 (8位)	バングラデシュ	158.22	→ -	アジア	
6位 (10位)	日本	127.06	→ -	アジア	
7位 (12位)	フィリピン	99.43	→ -	アジア	
8位 (14位)	ベトナム	90.63	→ -	アジア	
9位 (20位)	タイ	68.66	→ -	アジア	
10位 (25位)	ミャンマー	51.42	→ -	アジア	
11位 (26位)	韓国	50.42	→ -	アジア	
12位 (45位)	マレーシア	30.26	→ -	アジア	
13位 (46位)	ネパール	28.11	→ -	アジア	
14位 (53位)	台湾	23.43	→ -	アジア	
15位 (56位)	スリランカ	20.96	→ -	アジア	
16位 (67位)	カンボジア	15.31	→ -	アジア	
17位 (96位)	香港	7.26	→ -	アジア	
18位 (101位)	モアコ	6.90	→ -	アジア	
19位 (112位)	シンガポール	5.47	→ -	アジア	
20位 (133位)	モンゴル	2.93	→ -	アジア	
21位 (149位)	マカオ	1.23	→ -	アジア	
22位 (158位)	ブータン	0.77	→ -	アジア	
23位 (165位)	ブルネイ	0.41	→ -	アジア	
24位 (168位)	モルディブ	0.34	→ -	アジア	