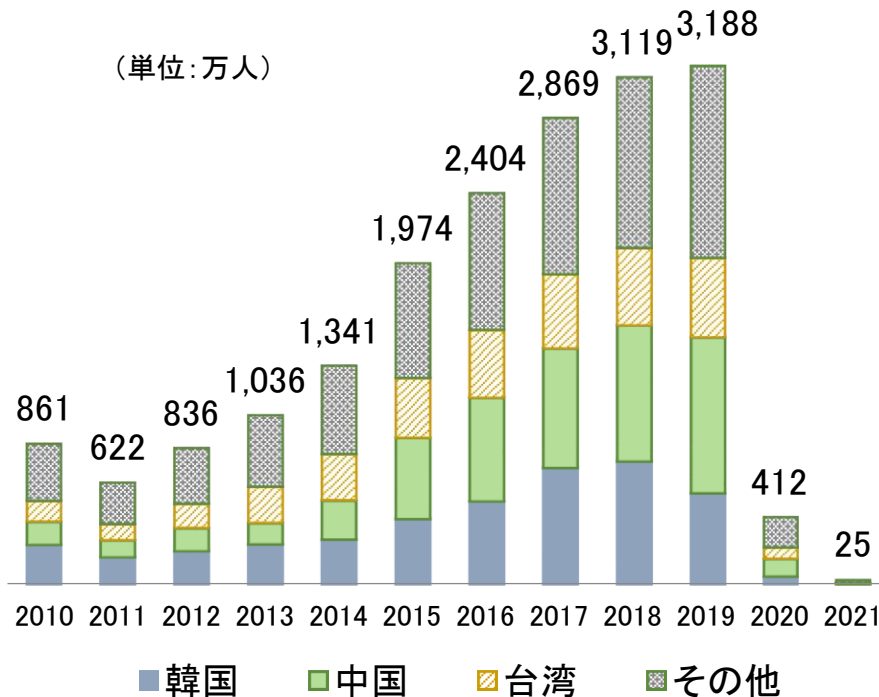


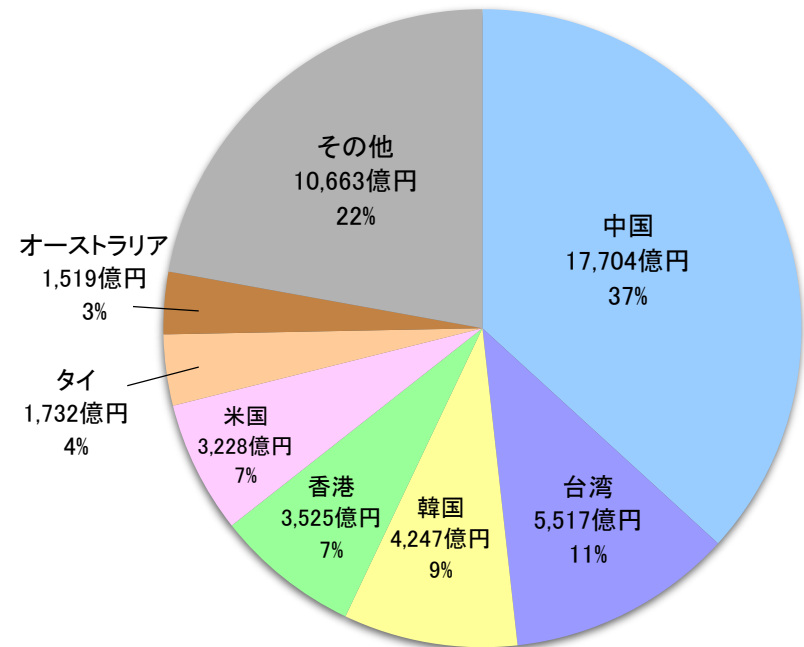
# インバウンドとは

- 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、訪日外国人旅行者数は2011年から2019年まで増加していたものの、2020年以降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大幅に減少しました。
- 新型コロナウイルス感染拡大前の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＞



＜外国人旅行者の消費額(2019年度)＞



(出所) 日本政府観光局(JNTO)

# インバウンドへの対応事項

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大はインバウンド関連産業へ深刻な影響を与えた一方、足許では、各国・地域における出入国規制の一部緩和など段階的なインバウンド受入の再開に向けて、前向きな動きがある状況です。
- ・ 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
- ・ セミナー開催

## 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

## 態勢整備

- ・ 外国人向けHP作成・管理
- ・ 翻訳・多言語化
- ・ 免税・WIFI対応
- ・ 人材派遣

- ・ 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」のほか、インバウンド専門家への個別相談や海外現地でのPRイベント実施等も、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。