

東海ウォッチ～インバウンド調査

---

東海地方におけるインバウンドの現状

2018年9月



## 目次

---

Contents	Page
はじめに	1
Chapter1 全国のインバウンド動向	2
Chapter2 東海4県のポジション整理	8
Chapter3 東海4県各県の動向	14
テーマ1 まとめ	48

## はじめに

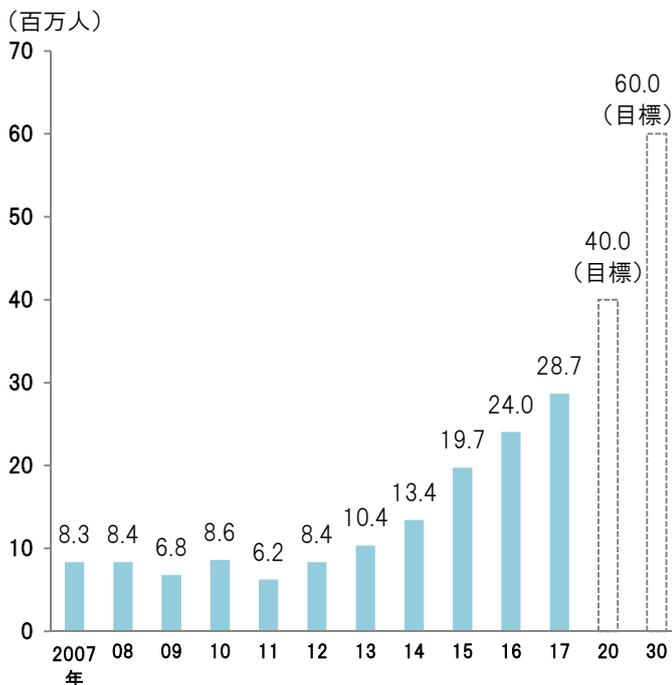
- わが国では、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人の訪日外国人旅行者数を目標に掲げている。直近の2017年の訪日外客数は約2,900万人と、東京五輪等の影響を加味すれば、2020年時点の目標達成はほぼ確実と見られている。また、国際旅行収支は2015年以降黒字であり、すでにわが国は国際的にも観光で「稼ぐ」国となっている。
- このような中、当支店で平成28年度に実施した「東海インバウンド調査」では、欧米豪を中心としたインバウンド市場への着目と不足感のある宿泊施設の充実、観光地・宿泊施設におけるインバウンド対応の強化等を、今後の東海地方の観光振興の方向性として挙げた。
- 実際に宿泊施設については、名古屋においては宿泊施設の不足感から建設ラッシュと言える状況にあり、現在の客室約2万室から、2020年には3万室まで増加する見込みと、対応が進んでいる状況にある。
- 一方で、民泊の増加等により既存の宿泊施設への需要が伸び悩んでいるという状況も全国的に指摘される所であり、かつ、国内宿泊需要も大幅な伸びが期待できない。そして、インバウンド需要をめぐる獲得競争も激しくなっている。したがって、今後は地域レベル、宿泊施設レベルでも競争環境はより厳しくなっていくものと思われる。
- このように全国的、そして地域的にも競争環境が変化していく中で、日本政策投資銀行東海支店では、今年度、以下の3つのテーマを掲げ調査を実施していく。
- ひとつめは、東海地方のインバウンド市場をデータで把握することである。次に東海地方とりわけ名古屋中心部における宿泊施設の需給状況についての調査である。そして、最後に東海地方のインバウンド活性化に向けた課題・方向性を検討する。
- 本レポートは、最初のテーマである「東海地方のインバウンドの現状」を取り上げたものであり、各種データを用いて多角的に東海地方におけるインバウンドの現状を分析・整理している。
- 本レポートに次いでテーマ2「東海地方における宿泊施設の需給状況と経営課題」、テーマ3「東海地方におけるインバウンド活性化の方向性」の調査を進め、今年度中にリリースする予定である。

## Chapter 1 全国のインバウンド動向

### ▶ 1. わが国のインバウンドマーケット

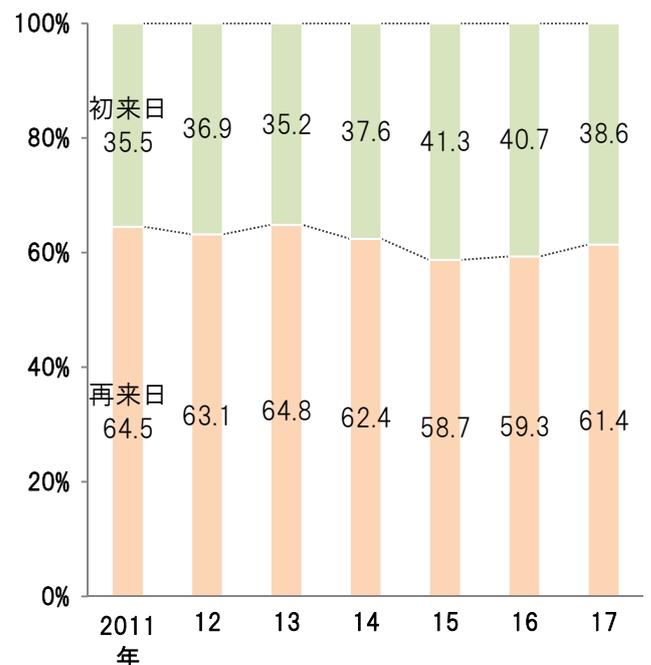
- 2017年訪日外客数は過去最高の2,869万人を記録。政府では、2020年4,000万人、2030年6,000万人という目標達成に向けて施策を展開。
  - 東京五輪開催やIRの整備等、今後もインバウンドマーケットは拡大が期待できる。
- 中国・東南アジア諸国を中心としたビザの緩和、海外での日本紹介イベントの開催など、官民を挙げた訪日促進活動といった政策の効果もあり、2017年の訪日外客数は2,869万人と過去最高を記録している。
  - また、再来日となる外国人旅行者数割合(リピーター率)は60%前後で推移しており、実数としても日本のファン層は拡大しているものと推察される。
  - 2017年度には政府において「新たな観光立国推進基本計画」が策定され、2020年に訪日外国人4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等が目標として定められている。
  - このような足元の状況に加え、2020年の東京五輪開催やIR(統合型リゾート)の整備などにより、わが国におけるインバウンドマーケットは拡大していくことが期待できる。

【図表】訪日外客数の推移



出所：日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

【図表】リピート率の推移



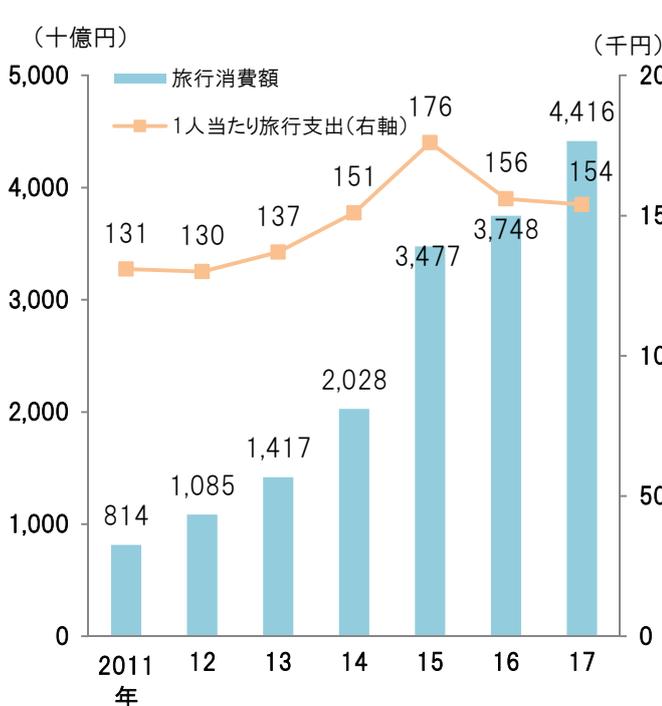
出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

\*リピート率は訪日経験が2回以上を「再来日」として集計したもの

- 2017年の旅行消費額は4.4兆円、宿泊者数は7,800万人と訪日外客数同様に過去最高を記録。
- マーケット全体が成長する中、一人当たり旅行支出・平均宿泊日数は近年低下傾向にある。

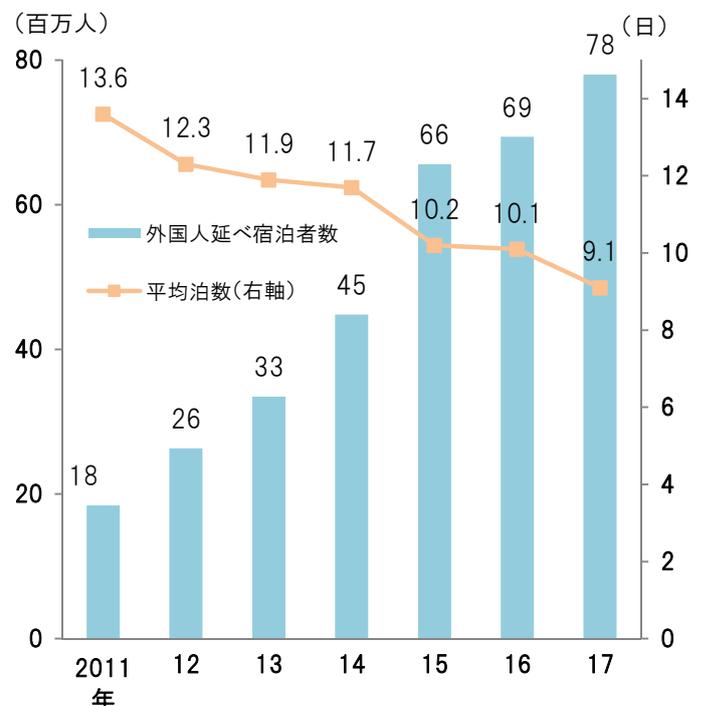
- インバウンドの旅行消費額は、観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると2017年は約4.4兆円とインバウンド数と同様に過去最高を記録している。ただし、2014年以降に見られた、中国人観光客を中心とした積極的なモノ消費(爆買い)の影響は弱まっている。その結果、一人当たりの旅行支出は、2015年をピークに2016・2017年は減少傾向にある。
- 延べ宿泊者数についても増加傾向にあり、2017年は約7,800万人と過去最高を記録している。平均宿泊日数は短期化の傾向にあるが、これは中国をはじめとしたアジア諸国からの短期旅行・滞在が増加していることが背景にある。
- 一人当たり旅行支出・平均宿泊日数は低下傾向にあるものの、インバウンドの増加とともに消費・宿泊も成長が続いており、我が国のインバウンドマーケット全体は順調に成長しているといえる。

【図表】旅行消費額・一人当たり支出額の推移



出所: 訪日外国人消費動向調査

【図表】延べ宿泊者数・平均滞在日数の推移



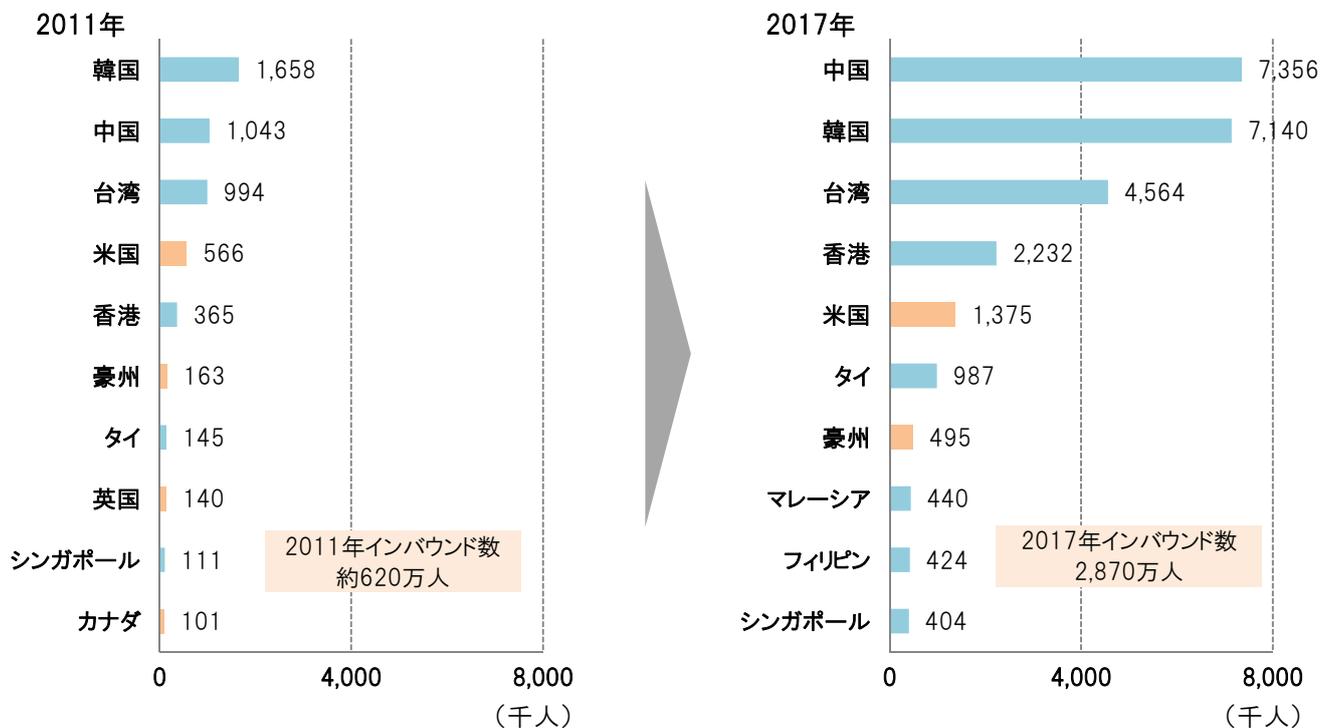
出所: 観光庁「宿泊旅行統計調査」、JNTO観光統計データ

2. 国・地域別の動向

- インバウンドの中心は、中国・韓国・台湾・香港を中心としたアジアの国・地域であり、東南アジアも含めマーケットは拡大している。
- 一方、比較的滞在日数が長く・平均消費単価も高い欧米豪インバウンドの存在感も高まっている。

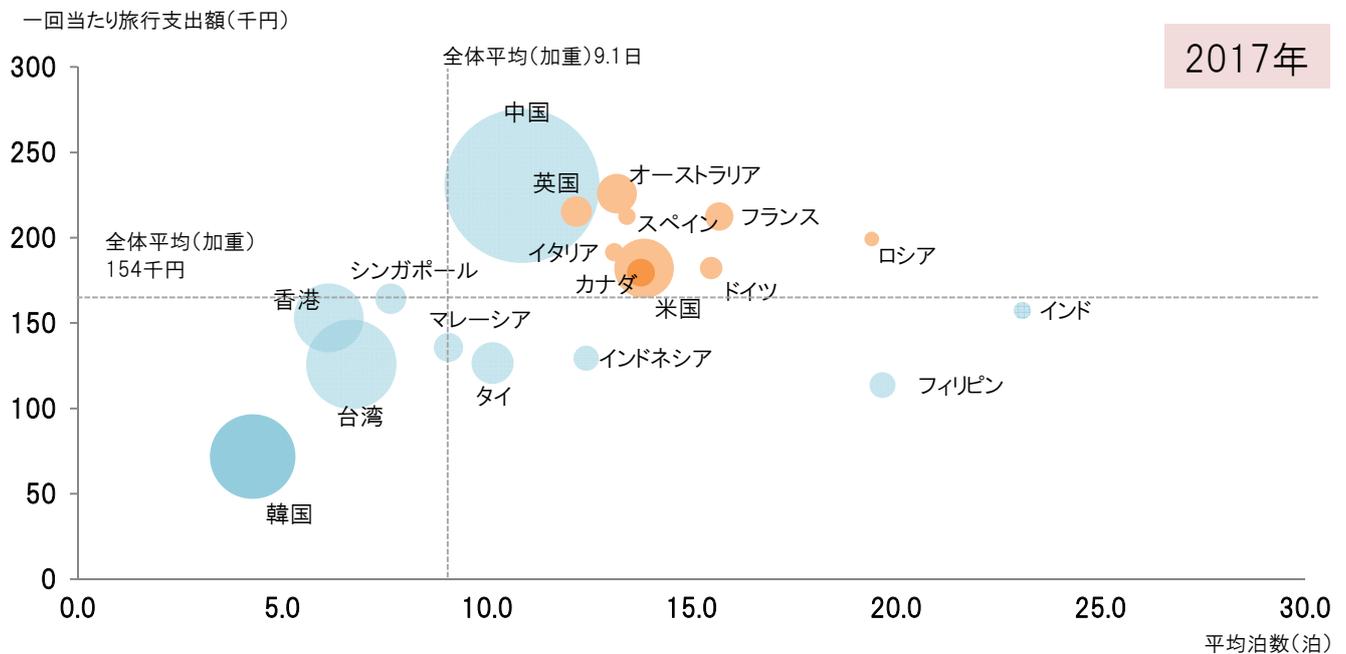
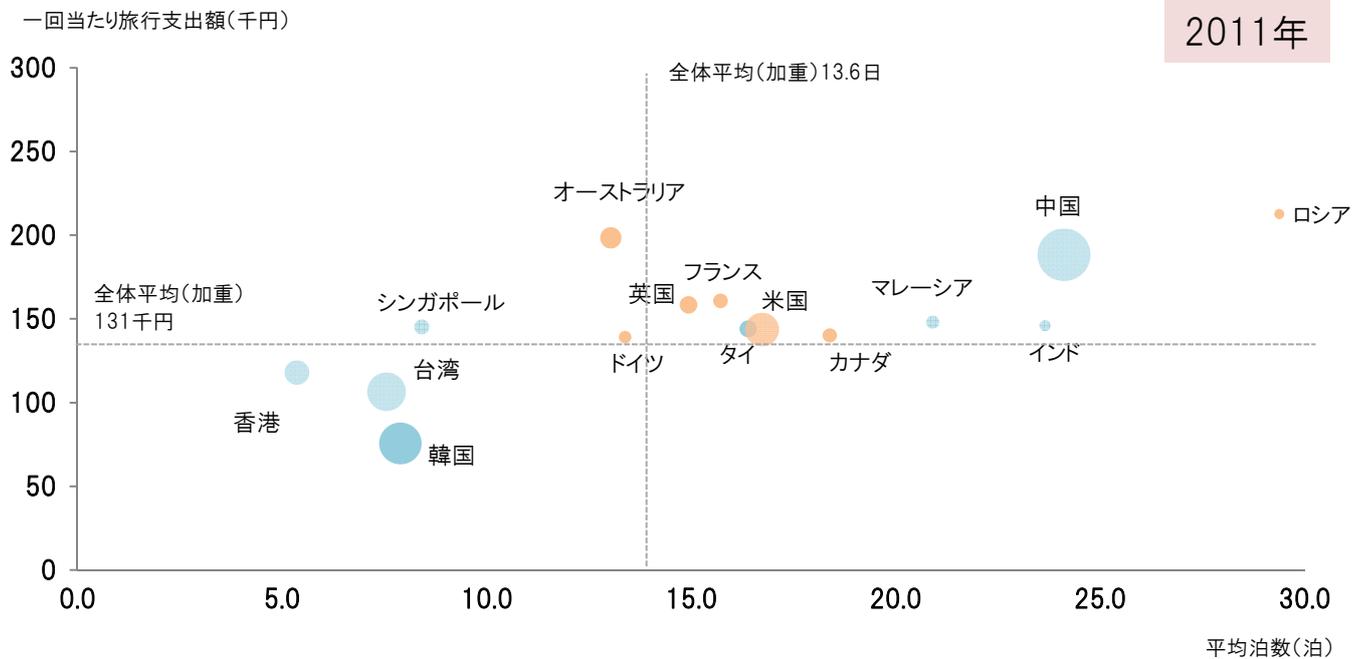
- 我が国のインバウンドマーケットの中心をなすのはアジア諸国であるが、とりわけ中国・韓国・台湾・香港からのインバウンドは近年大幅に伸びており、これら4つの国・地域でインバウンドの約8割を構成している。中国は滞在日数・消費額ともにインバウンドの全体平均を上回っているが、韓国・台湾・香港については、滞在日数は短く、消費単価も低いという傾向がある。
- 同じアジア諸国では、タイ・マレーシア・フィリピン・シンガポールからのインバウンドが伸びており、我が国のインバウンドマーケットの中で存在感を増してきている。これらの国はおおむね滞在日数は長いですが、消費単価は低いという傾向がある。
- 一方、滞在日数が長く、かつ消費単価も高いのが、欧米豪のインバウンドである。いまだインバウンドマーケット全体に占める割合は低いものの、米国・豪州をはじめとしてインバウンドが増加しており、東南アジアと同様にマーケットの中で存在感が高まっている。

【図表】国・地域別訪日外客数(2011・2017年)上位10ヵ国



出所: JNTO訪日外客数  
\* アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け

【図表】わが国インバウンド市場(主要な国・地域、2011年・2017年)



\*バブルの大きさはマーケットサイズ(一回当たり旅行支出額×訪日外客数)を示す。

\*アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け

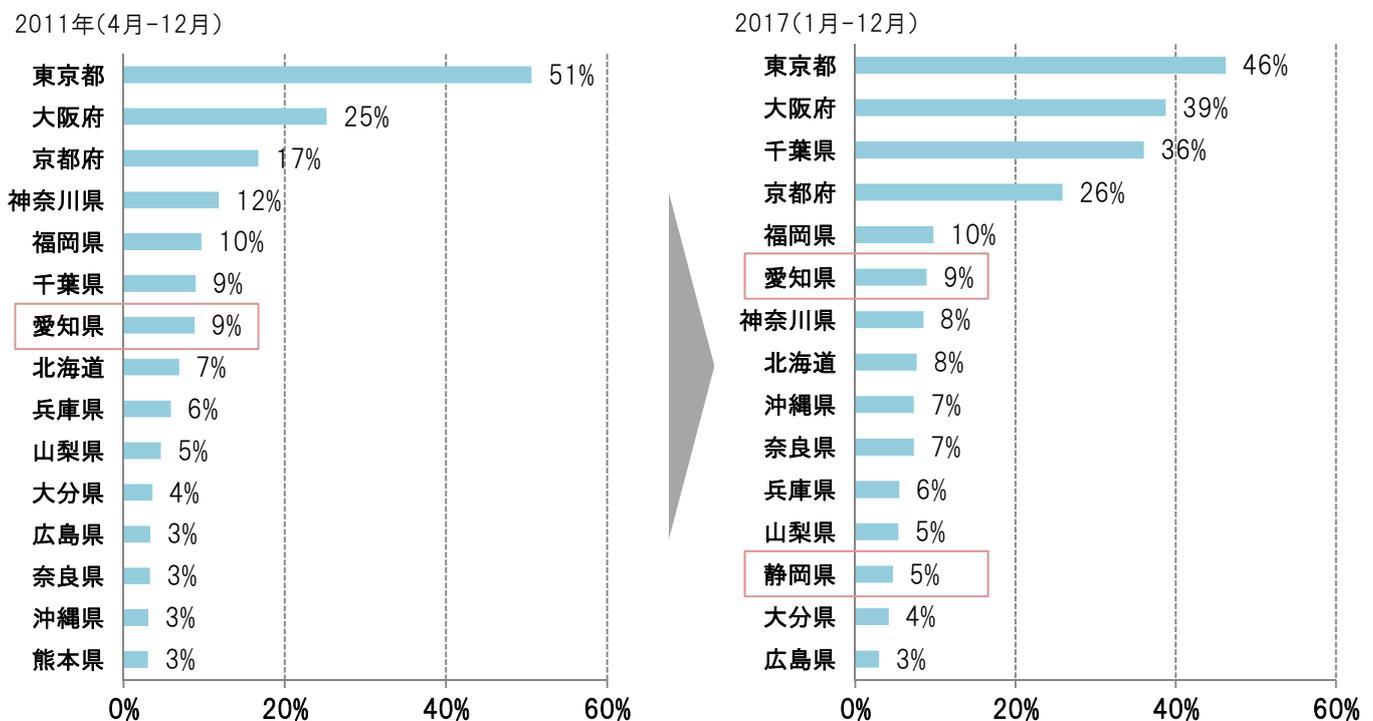
出所:訪日外国人消費動向調査、JNTO訪日外客数

### 3. 国内地域の状況

- インバウンドは関東・関西の2地域に集中しており、わが国のインバウンドマーケットをけん引するポジションにある。
- 北海道・九州・東海も一定のシェアを有するが、関東・関西に比べマーケットは小さく、今後の成長余地は大きいものと思われる。

- 都道府県別のインバウンド訪問率は、2011年では1位の東京都が51%と2位の大阪府(25%)以下を大きく引き離す一極集中の状態にあったが、2017年の訪問率は、東京都(46%)、大阪府(39%)、千葉県(36%)、京都府(26%)と関東と関西がほぼ同水準となっている。
- 延べ宿泊者数では、2011年は東京都が31%でトップであり、大阪府(13%)、北海道(10%)と続く。2017年もこの上位の顔ぶれは変わらない。インバウンドの主なゲートウェイが東京都・大阪府であるため、両者の訪問率は高い傾向にあるが、北海道は訪問率はさほど高くないものの、延べ宿泊者シェアは上位となる。つまり、訪問者の大半が北海道に宿泊しているということを示している。
- インバウンドによる都道府県別のクレジット消費額は、東京都が圧倒的に高く、消費額全体の5割以上が東京都で消費されている。2位以降は大阪府(16%)、北海道(6%)であり、延べ宿泊者数の順位と同様である。

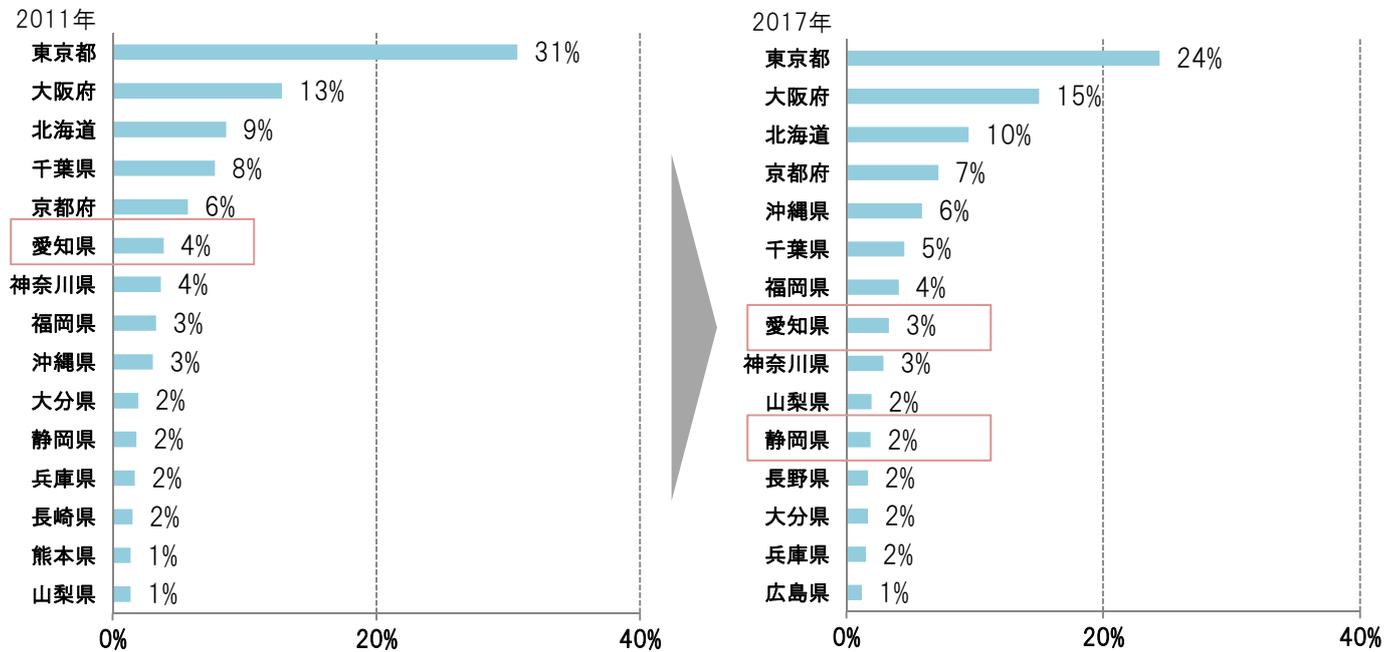
【図表】都道府県別のインバウンド訪問率(2011年・2017年)



出所: 訪日外国人消費動向調査

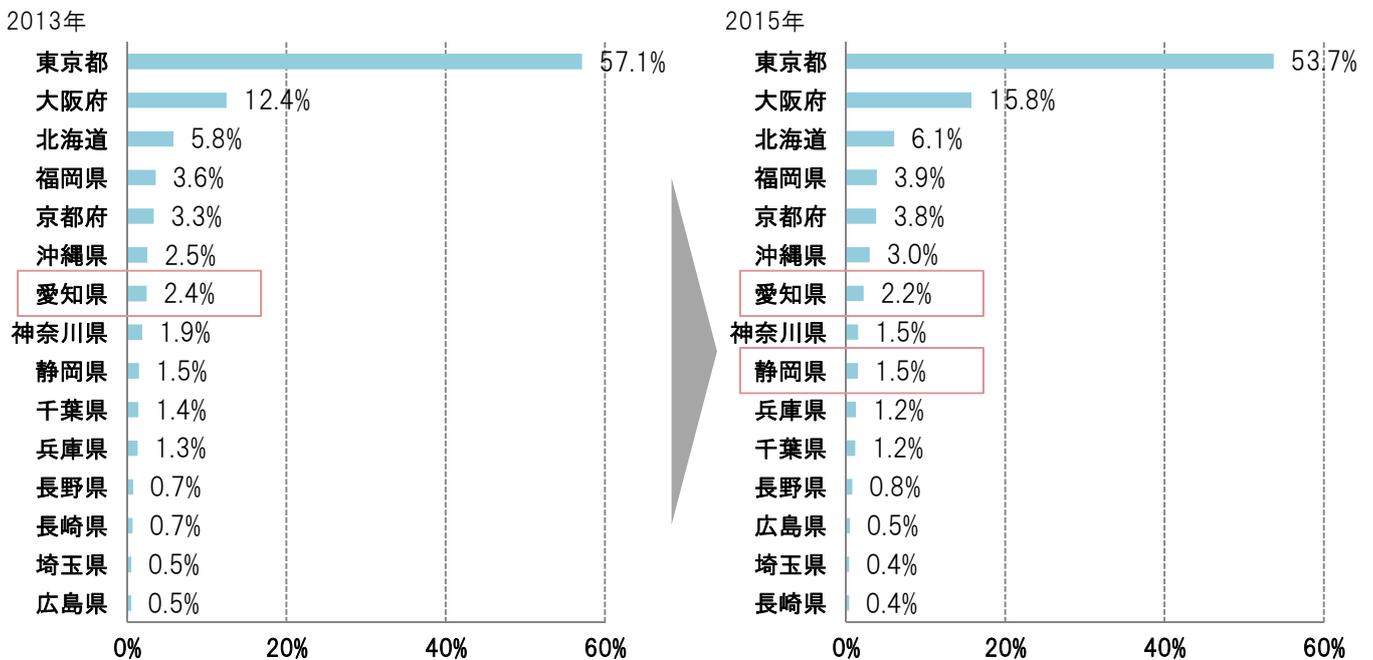
インバウンドの日本国内での消費額を正確に把握するデータはなく、P4で示した旅行消費額も訪日外国人消費動向調査からの推計値であり、かつ都道府県別や国・地域別といった分析には適していない。ここでは現時点で入手可能であり、都道府県別及び国・地域別に把握可能なRESASのクレジットカードの消費額データをインバウンドの消費額として分析している(年間のデータの最新年は2015年)。

【図表】都道府県別延べ宿泊者の割合(2011・2017年)



出所: 宿泊旅行統計調査

【図表】都道府県別消費額(2013・2015年)



出所: RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)

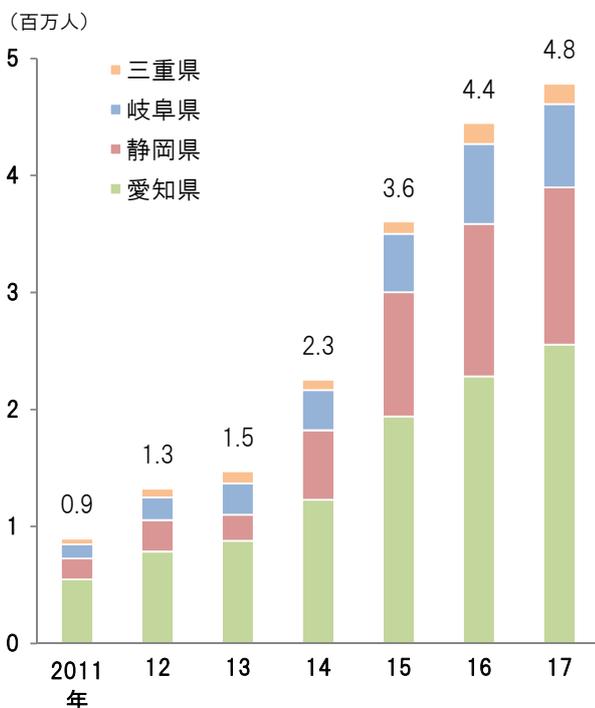
\*本データはビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社のカードデータを再編加工したものである。ここで示す消費額は、外国人観光客がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア率等から算出した金額のことであり、現金・デビットカードによる決済額は含まない。また、観光庁「訪日外国人消費動向調査」による旅行消費額とは異なる。国・地域はカード所有者の居住地を指す。本ページ上段も参照。

## Chapter2 東海4県のポジション整理

### ▶ 1. 東海4県のインバウンド観光マーケット

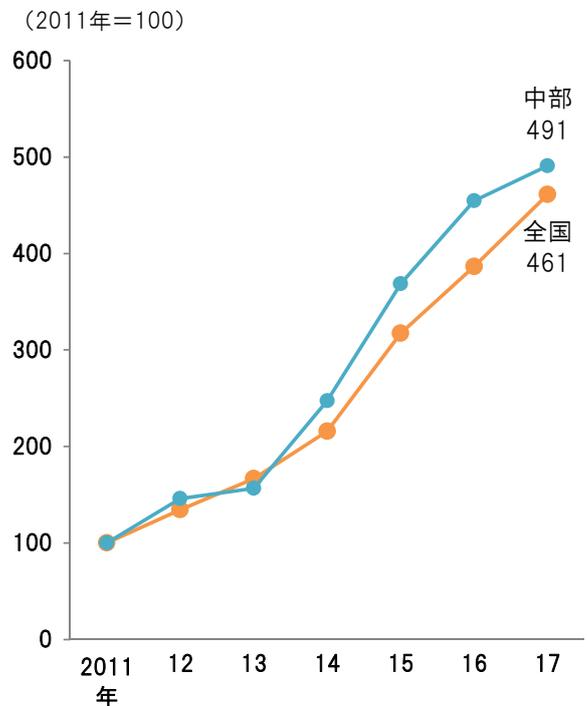
- 2017年の訪日外客数は約480万人と過去最高を記録したが、宿泊客数(延べ)は約530万人と2015年の約540万人から減少。
  - 東海4県の経済規模に比べ、わが国のインバウンドマーケットにおけるシェアは低く、地域全体としてインバウンドの活性化に向けた正念場にある。
- 東海4県のインバウンドの延べ訪問者数は2017年に480万人と過去最高の水準に達していると推測され、2011年からは5倍以上の伸びとなっている。2014年以降大幅に増加しているのは、全国の動向と同様である。我が国のインバウンドの伸びと比較可能な中部地方というカテゴリでは、中部地方は高い成長を示している。
- しかし、延べ宿泊者数で見ると、2014年から2015年にかけて大幅に増加したことは同様であるが、同年の540万人をピークに、2016・2017年は530万人に減少している。
- 東海4県の域内総生産(2014年度)は全国の12.9%を占め、我が国第3の経済圏となっているが、インバウンド関連の指標は九州に及ばず、シェアは必ずしも高くはない。宿泊者数が頭打ちになっている今、東海のインバウンド活性化は正念場にあるといえよう。

【図表】訪問者数(延べ人数)の推移



出所:訪日外客数、訪日外国人消費動向調査により推計  
 \*複数の県を訪れている場合も多く、数値には重複がある。したがって、4県の合計は延べ訪問者数としている。右ページ上段も参照。

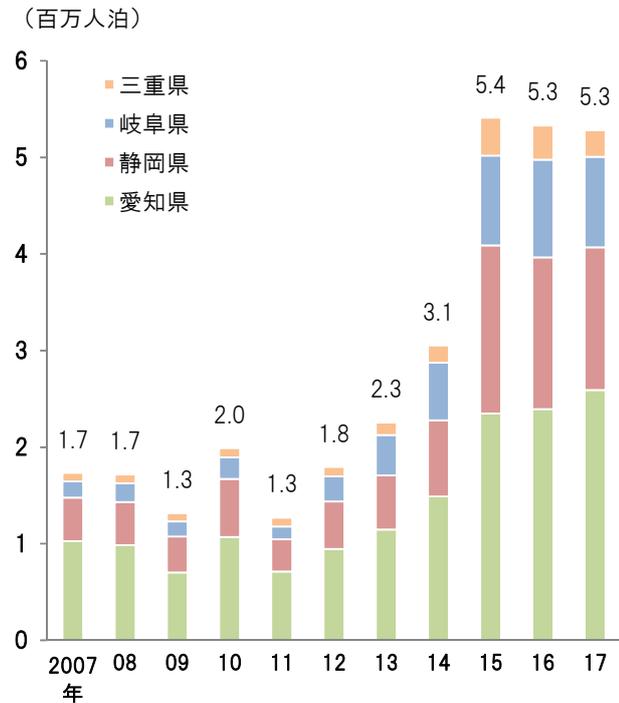
【図表】訪問者数の成長比較(中部・全国)



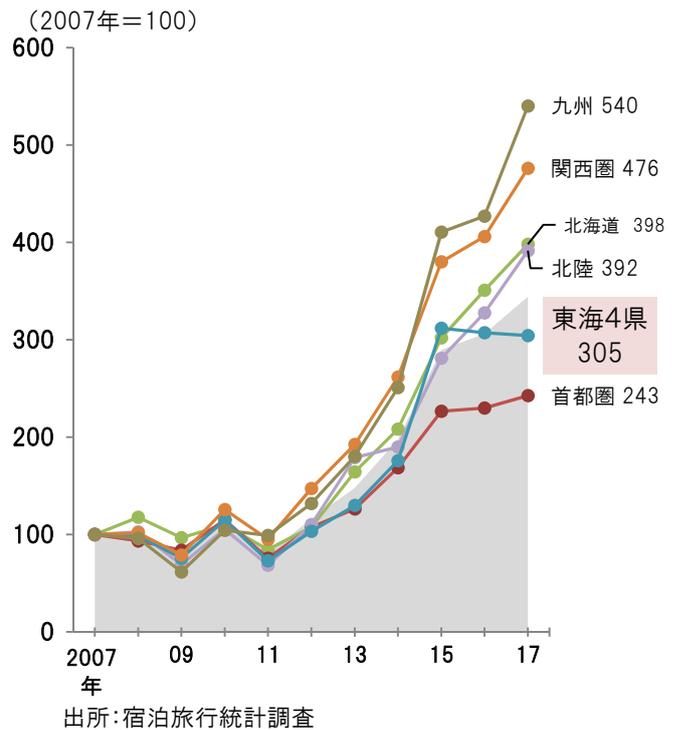
出所:訪日外客数、訪日外国人消費動向調査により作成  
 \*中部は愛知・岐阜・三重・富山・石川の5県。左図と異なり県の間に重複はない。

訪問者の推計について：各県の訪問者数の推計は、訪日外国人消費動向調査による主要20ヶ国・地域別の都道府県別訪問率に、JNTOデータから得られる各国・地域の訪日外客数を掛けることよって行っている。ただし、訪日外国人消費動向調査はサンプル調査であり、対象となる国・地域や訪問先の都道府県によっては、サンプル数が少ない場合もある。また、調査の個票にさかのぼって集計することができないため、複数都道府県を訪問した場合、1人(実人数)を複数人数としてカウントすることになる(つまり、延べ人数となる)。さらに市町村単位での推計は不可能であることから、市町村ベースでのインバウンドの把握は、モバイル空間統計®で行っている(後述)。この場合、上記の推計値と区別するため「来訪者」と表記している。

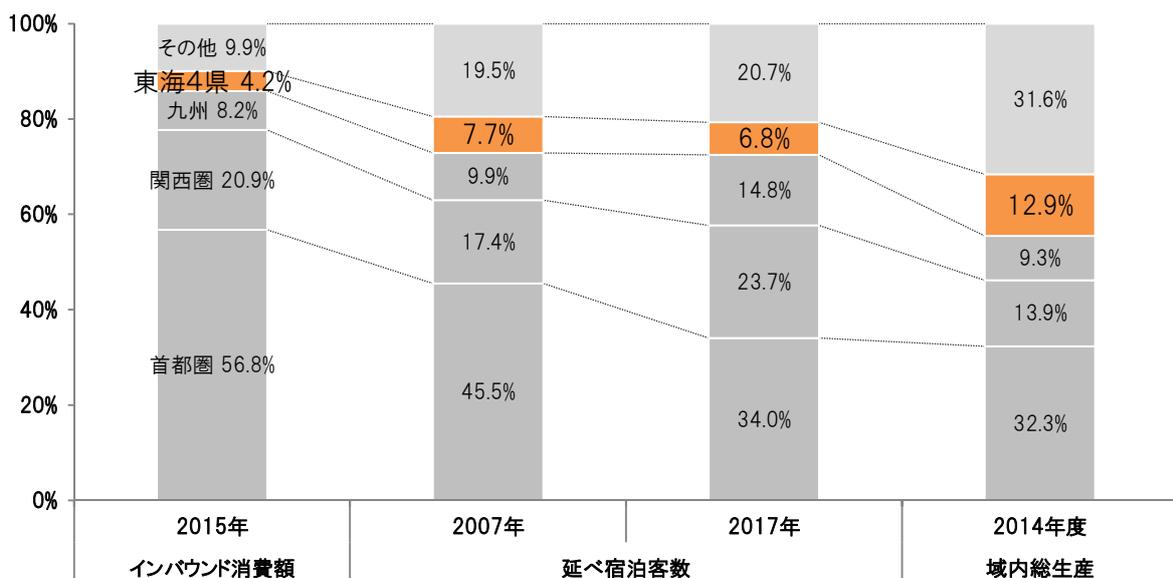
【図表】延べ宿泊客数の推移



【図表】延べ宿泊客数の成長比較



【図表】東海4県のわが国におけるインバウンドシェア

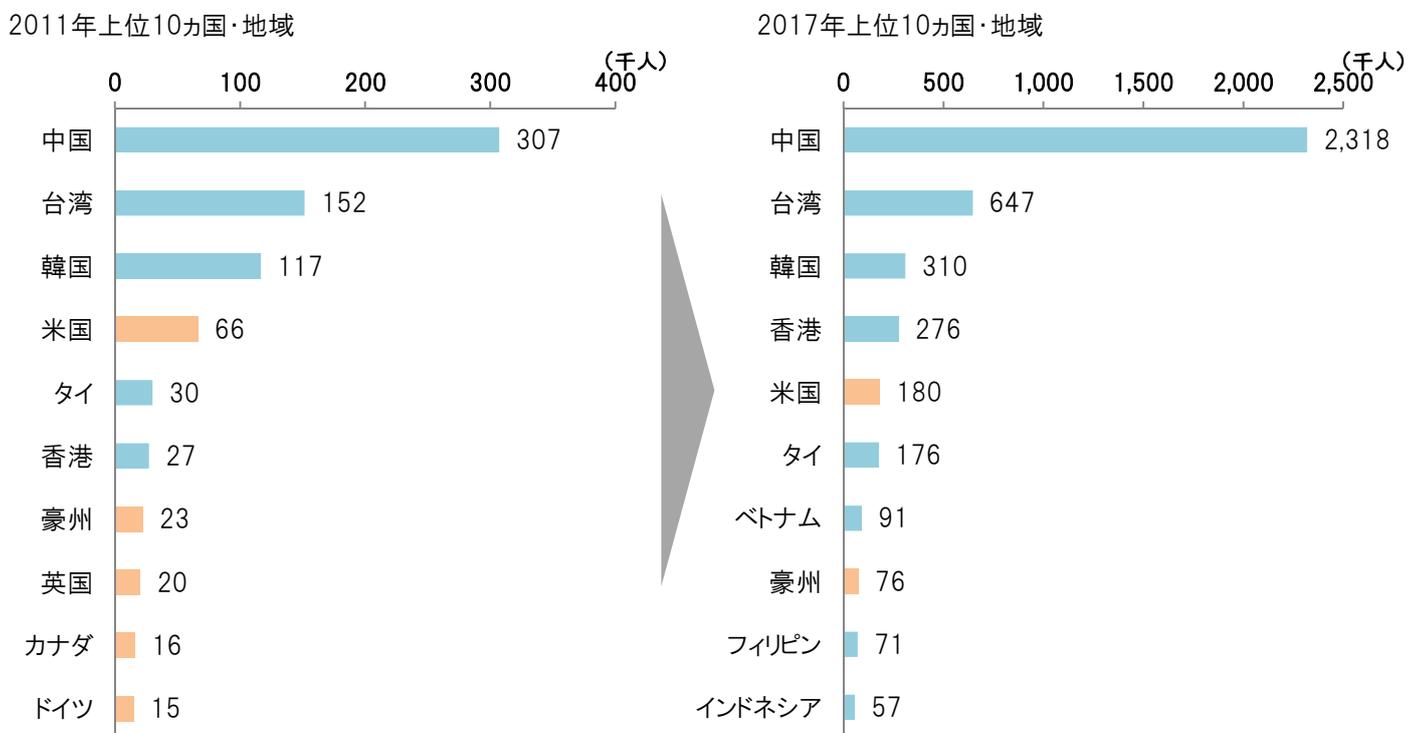


▶ 2. 国・地域別の動向

- インバウンドの中心は、中国・韓国・台湾・香港をはじめとしたアジアであり、特に中国が伸び・シェアともに高い状況にある。
- 全国的に伸びている欧米豪インバウンドも伸びてはいるものの、全国的に見ると、そのシェアは低く、アジア(中国)への特化・依存が強い。

- 東海4県のインバウンドは全国と同様にアジアが中心であるが、その中でもとりわけ中国からのインバウンドが伸び・シェアともに高い。訪問者数で見ると、中国は2011年の30.1万人から2017年は231.8万人と7.6倍に伸び、シェアも31%から48%に増加している。中国に次ぐのが台湾・韓国・香港であり、中国を合わせると74%のシェアとなる。
- この動向は宿泊についても同様であり、2017年は中国・台湾・香港・韓国となっている。2011年には中国・台湾に次いで3位であった米国は、宿泊者数自体は増加しているものの、6番目に順位を落としている。
- クレジットカードの消費を見ても、アジアが中心であることに変わりない。その中でタイが韓国よりも消費額が上回っていることが注目される。
- このような特性を全国と比較すると、東海4県のインバウンドマーケットは全国がそうである以上に、アジアからのインバウンドに特化している(依存している)といえる。

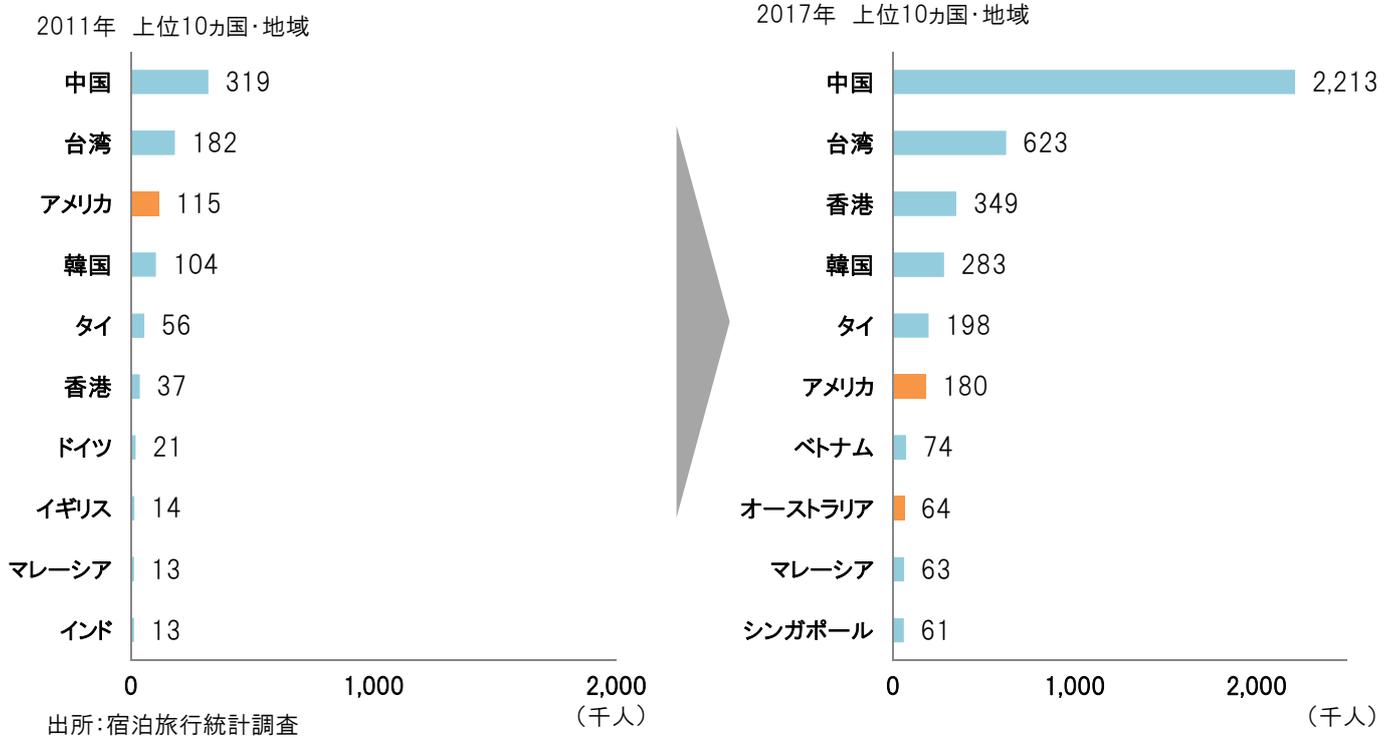
【図表】国・地域別訪問者数(2011・2017年)



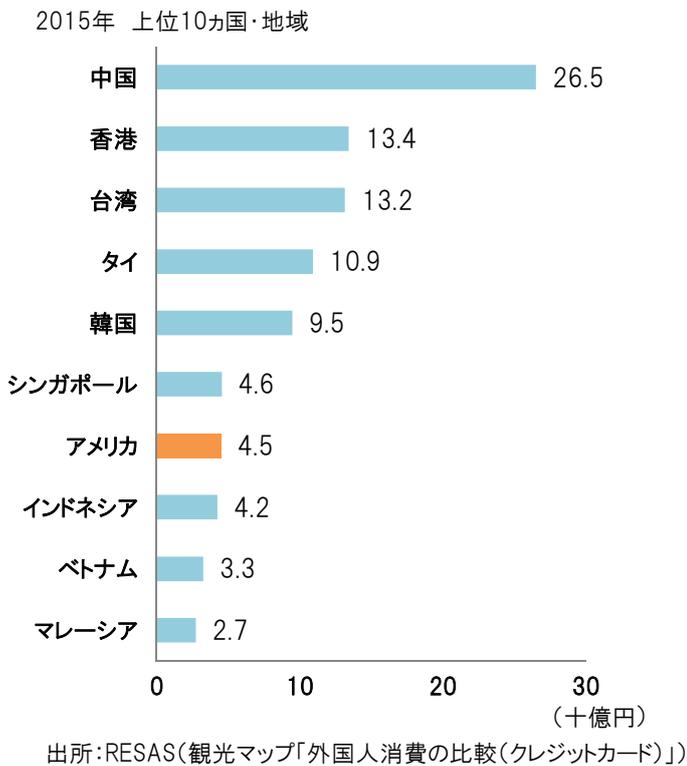
出所:訪日外客数、訪日外国人消費動向調査により推計  
\*アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け

特化係数:特定の数値(例:述べ宿泊者数)について、東海4県における特定の地域(例:アジア)の構成比を全国での構成比で除したもの。1以上であれば、東海4県が全国より同地域への集中度が高い=「特化」しているといえる。

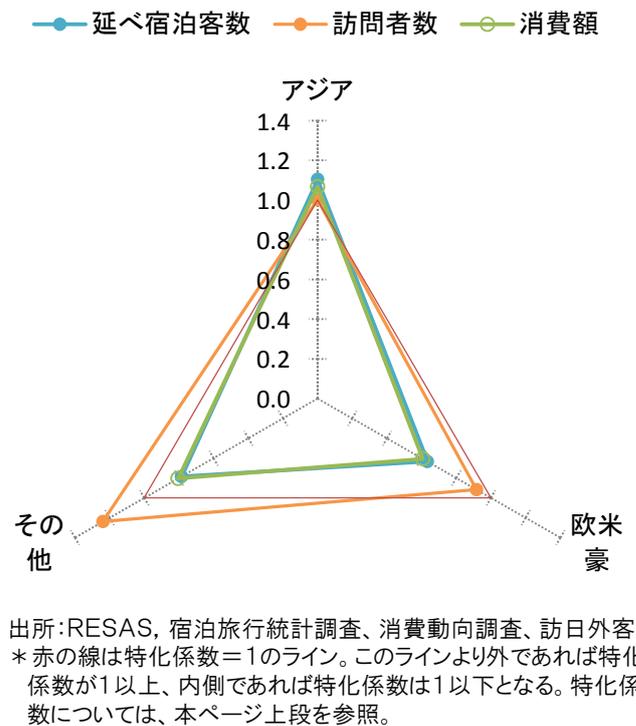
【図表】国・地域別延べ宿泊客数(2011・2017年)



【図表】国・地域別消費額



【図表】インバウンド指標の特化係数(対全国)



▶ 3. ディスティネーションと訪問ルート

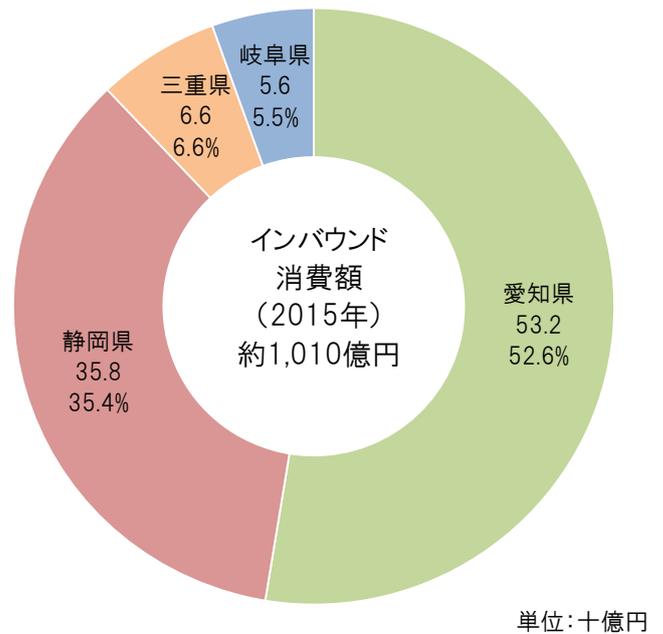
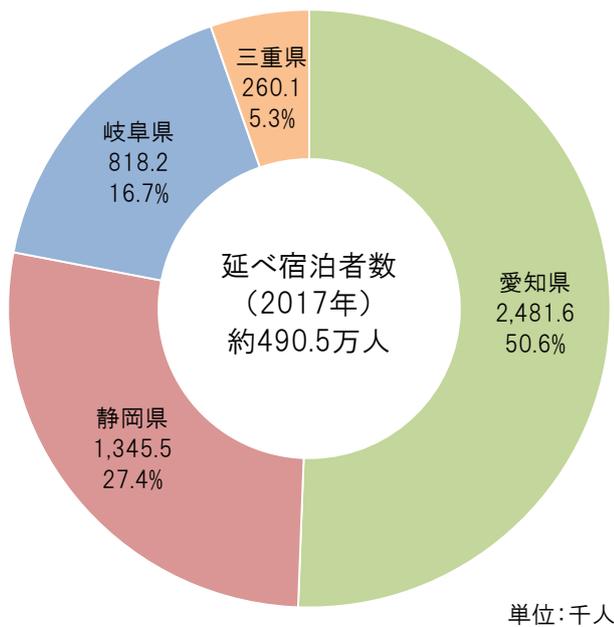
- 東海4県のインバウンドマーケットは愛知県が約5割のシェアであり、次いで静岡が約3割を占め、三重・岐阜が続いている。
- 東海4県へのインバウンドは、約4割が直接来訪(中部国際・静岡の2空港)。その他は、主に東京・大阪・京都からのいわゆるゴールデンルート経由で来訪している。

- 東海4県の中でのインバウンドマーケットを延べ宿泊者数と消費額(クレジットカード)から見ると、愛知県がマーケットの5割を占め、静岡が3割で続いている。岐阜は宿泊では16.7%のシェアを持つものの消費額では5.5%と低い。三重県は宿泊・消費ともに5~6%のシェアである。
- 東海4県を訪れるインバウンドの来訪ルートを見ると、インバウンドの約4割は中部国際空港及び静岡空港を利用しているが、その他6割は成田国際空港・関西国際空港・東京国際空港を利用している。これら関東・関西に到着したインバウンドはいわゆる「ゴールデンルート」経由で東海4県を訪れているものと考えられる。
- また、愛知から岐阜を経由し北陸(富山・石川)に抜ける「ドラゴンルート(昇龍道)」にも、「ゴールデンルート」に及ばないながら、一定の流れが見られる。

【図表】東海4県内におけるインバウンドシェア

延べ宿泊者数

インバウンド消費額

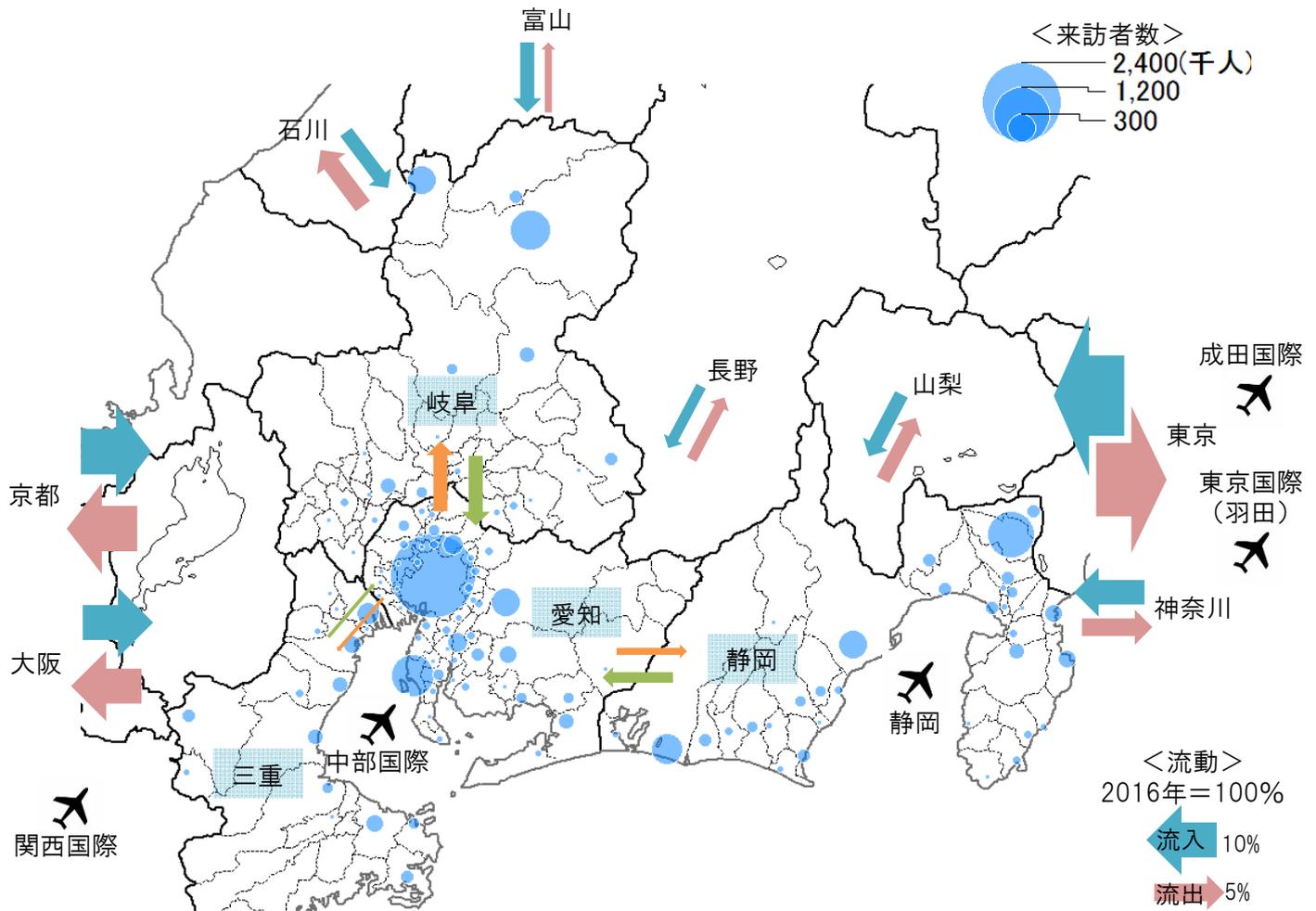


出所:宿泊旅行統計調査

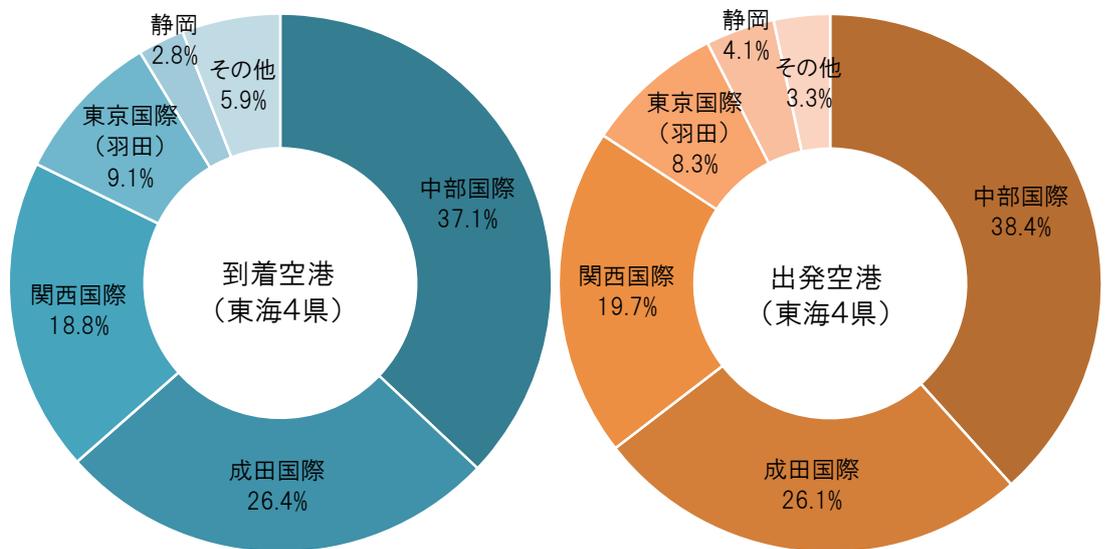
出所:RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)

来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数を円のサイズで表示。また、国土交通省「FF-Data」(訪日外国人流動データ)により2016年の東海4県への他都府県からの流動及び東海4県内の流動について矢印の太さで表示。

【図表】東海4県のインバウンドの流れ



東海4県インバウンドの出入国空港



出所:RESASIにより作成  
 \*本ページ上段参照

## Chapter 3 東海4県各県の動向

### ▶ 1. 東海各県のインバウンドの概要

- 愛知県は名古屋市を中心にインバウンドを獲得しているが、アジアからのインバウンドへの依存が強く、消費構造も小売がメインとなっている。
- 岐阜県は飛騨地方を核に、全国的に見ても欧米豪のインバウンドの獲得に成功。消費構造は宿泊のウェイトが高い。

【図表】愛知県インバウンド基本データ

	実数 (前年比)	全国 シェア (順位)	インバウンドの特徴
訪問者 (2017年)	255.5万人 (11.9%)	8.9% (6位)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国・台湾・韓国・タイなどのアジアからのインバウンドが中心であり、全国的にもアジアへの依存が強い</li> <li>● 買い物志向の強いアジアからのインバウンドのウェイトが高いことから消費構造も小売がメイン</li> <li>● 訪問ルートは中部国際空港が1/2であり、その他はゴールデンルート経由</li> </ul>
延べ宿泊者 (2017年)	259.3万人 (8.3%)	3.3% (8位)	
消費額 (2015年)	531.9億円	2.2% (7位)	
			主要ディスティネーション
			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 名古屋市が県内トップシェアであり、豊田市・豊橋市・岡崎市などが続く</li> <li>● 常滑市の中部国際空港は東海4県のゲートウェイとして機能</li> </ul>

【図表】岐阜県インバウンド基本データ

	実数 (前年比)	全国 シェア (順位)	インバウンドの特徴
訪問者 (2017年)	71.2万人 (4.0%)	2.5% (17位)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 台湾・中国・香港・タイなどのアジアからのインバウンドが多いものの、米国・豪州・フランスをはじめとした欧米豪のウェイトが高く、全国的にも欧米豪に特化</li> <li>● インバウンドの消費構造は宿泊のウェイトが最も高い</li> <li>● 訪問ルートは愛知・石川・富山などのドラゴンルートがメイン</li> </ul>
延べ宿泊者 (2017年)	93.7万人 (▲7.5%)	1.2% (16位)	
消費額 (2015年)	55.5億円	0.2% (19位)	
			主要ディスティネーション
			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 飛騨地方(高山市・白川村等)が主要エリアであり、特に高山市は県内で最も多くの宿泊客を獲得</li> <li>● 飛騨地方以外では岐阜市・下呂市・郡上市・恵那市にもインバウンドが訪れる</li> </ul>



出所:①訪問者:JNTO訪日外客数・訪日外国人消費動向調査により推計、②延べ宿泊者:宿泊旅行統計調査、③消費額:RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)

\*各県のデータは、訪問者より宿泊者が多い。これは実際には起こりえないが、訪問者数がサンプル調査(訪日外国人消費動向調査)をもとに推計したものであるため、調査年・調査対象・回答内容によって誤差が大きくなるという特性に起因するものである(我が国全体では訪日外客数と述べ宿泊者数を比較すると当然前者が多い)。

\*消費額については、訪問者・述べ宿泊者数との調査年が異なっていることから、前年比は表示していない。

- 三重県はアジアからを中心に、県南部を除いた広いエリアにインバウンドが訪れているが、マーケットサイズは全国的に見て下位に属する。
- 静岡県は中国からのインバウンドが極めて多く、御殿場市のアウトレットモールの影響から消費構造は小売への特化が顕著である。

【図表】三重県インバウンド基本データ

	実数 (前年比)	全国 シェア (順位)	インバウンドの特徴
訪問者 (2017年)	17.4万人 (▲3.4%)	0.6% (34位)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国・台湾・香港・韓国等のアジアが中心であり、全国的にもアジアからのインバウンドへの依存度は高い</li> <li>● 消費構造は小売が主であるが、アミューズメント・スポーツ関連の消費のウェイトが比較的高い</li> <li>● 訪問ルートは関西(大阪・京都等)と愛知からの2つが主要なルート</li> </ul>
延べ宿泊者 (2017年)	27.7万人 (▲21.3%)	0.4% (31位)	
消費額 (2015年)	66.4億円	0.3% (17位)	
			主要ディステーション
			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 県北部の桑名市・四日市市から伊勢・志摩地域(伊勢市・鳥羽市・志摩市)まで幅広く分布</li> <li>● 熊野市等の県南部までインバウンドは及んでいない</li> </ul>

【図表】静岡県インバウンド基本データ

	実数 (前年比)	全国 シェア (順位)	インバウンドの特徴
訪問者 (2017年)	134.3万人 (3.1%)	4.7% (13位)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国・台湾・韓国等のアジアが中心であり、特に中国のシェアが高く、アジアへの依存度が非常に高い</li> <li>● 消費構造は小売への特化が著しく、宿泊のウェイトは相対的に低い。</li> <li>● 訪問ルートは、東京からが圧倒的に多くゴールデンルートの立ち寄り先の位置づけが強い</li> </ul>
延べ宿泊者 (2017年)	147.4万人 (▲6.1%)	1.9% (11位)	
消費額 (2015年)	357.6億円	1.5% (9位)	
			主要ディステーション
			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 来訪者はアウトレットモールの立地する御殿場市が最も多く、浜松市・静岡市・伊豆地方が続く</li> <li>● 宿泊は浜松市が最も多く、静岡市・沼津市・熱海市などが続く</li> </ul>

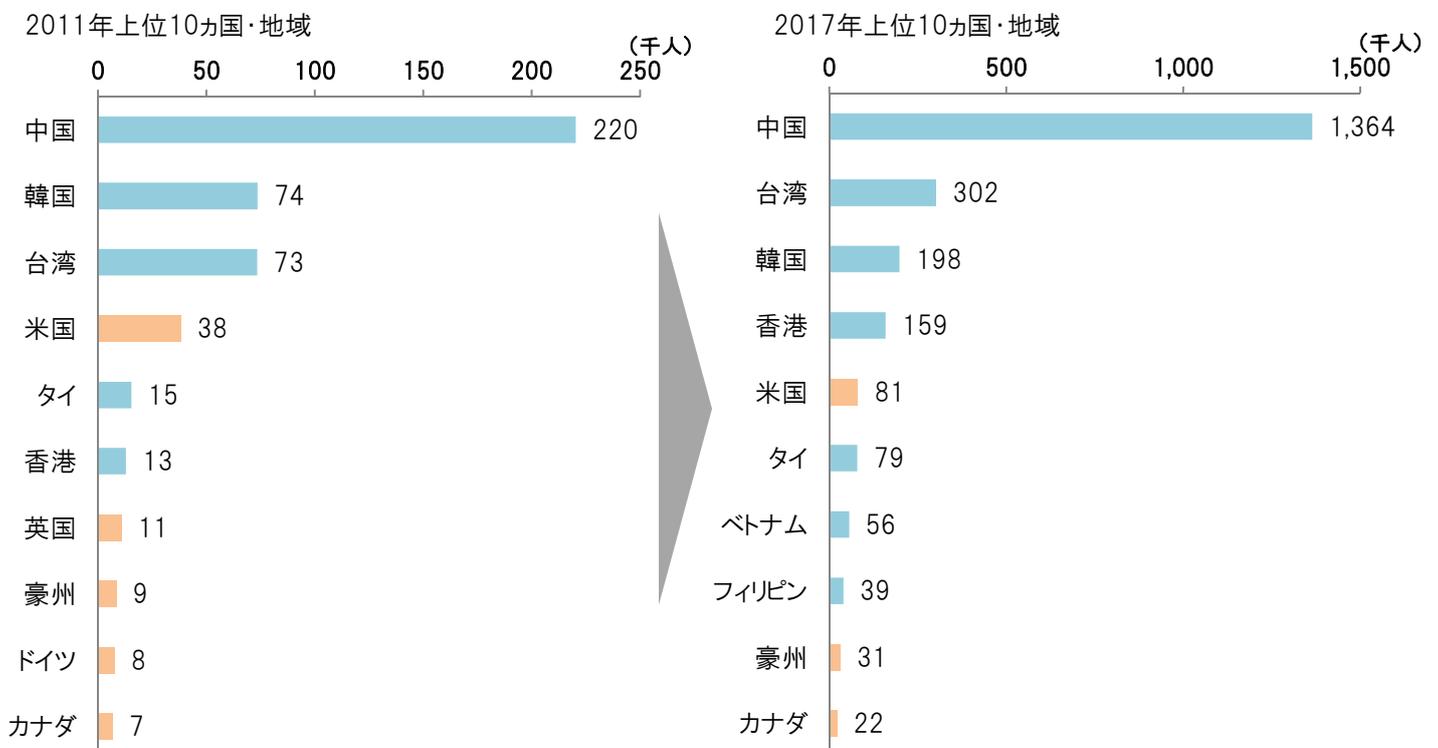
▶ 2. 愛知県

(1) マーケットの状況 :どこから来ているのか？

- 愛知県へのインバウンドは中国・台湾・韓国・香港・タイ等のアジアが中心であり、全国的に見てもアジアのインバウンド割合が高い。
- 米国・豪州をはじめ欧米豪からもインバウンドが訪れているが、その割合は全国的に低く、アジアへの依存度が高い状況にある。

- 愛知県のインバウンドは全国・東海4県と同様にアジアが主であるが、その中でもとりわけ中国からのインバウンドが伸びが顕著であり、2011年の22.0万人から2017年は136.4万人と6.2倍に伸びている。2011年時点では欧米豪のウェイトも高かったが、足元ではアジアが中心となっている、
- この動向は宿泊についても同様であり中国の伸びが顕著である。日本全体でも宿泊者はアジアのウェイトが高いが、愛知県はそれ以上にアジアへの依存度が高い。一方で欧米豪については米国からの宿泊者が減少するなど、全国的にも少ない水準にある。
- クレジットカードの消費額を見ても、アジアが中心であることに変わりなく、アジアへの集中と欧米豪のウェイトの低さが特徴となっている。

【図表】国・地域別訪問者数(2011・2017年)

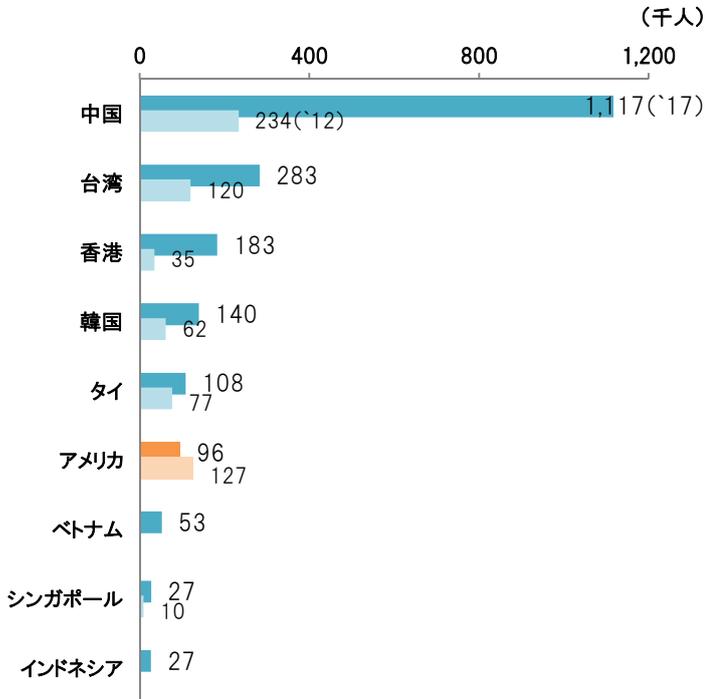


出所：消費動向調査、訪日外客数より推計  
 ＊アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け



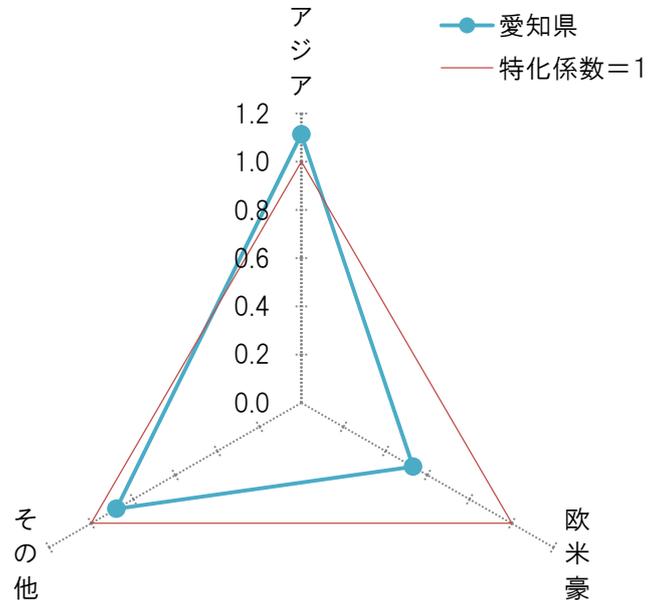
特化係数:特定の数値(例:述べ宿泊者数)について、愛知県における特定の地域(例:アジア)の構成比を全国での構成比で除したもの。1以上であれば、愛知県が全国より同地域への集中度が高い=「特化」しているといえる。

【図表】国・地域別宿泊客数(2012・2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

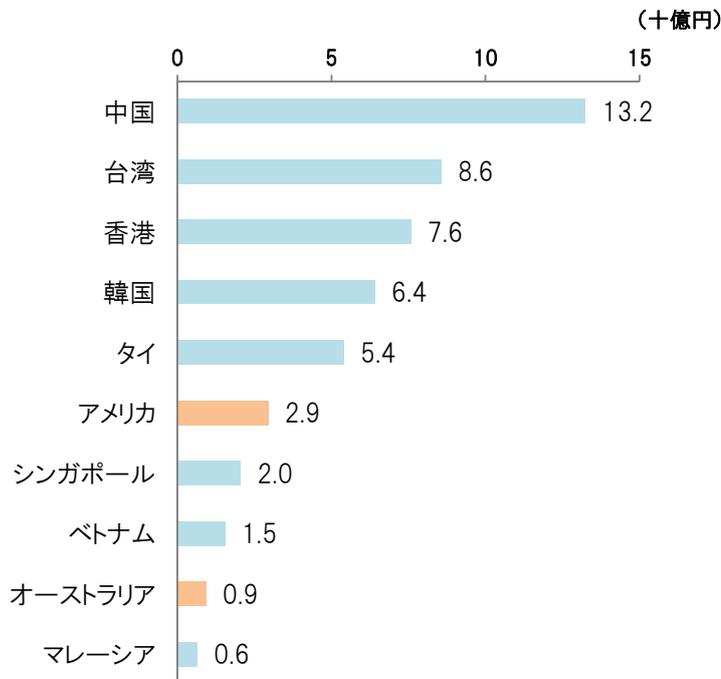
【図表】国・地域別特化係数(2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

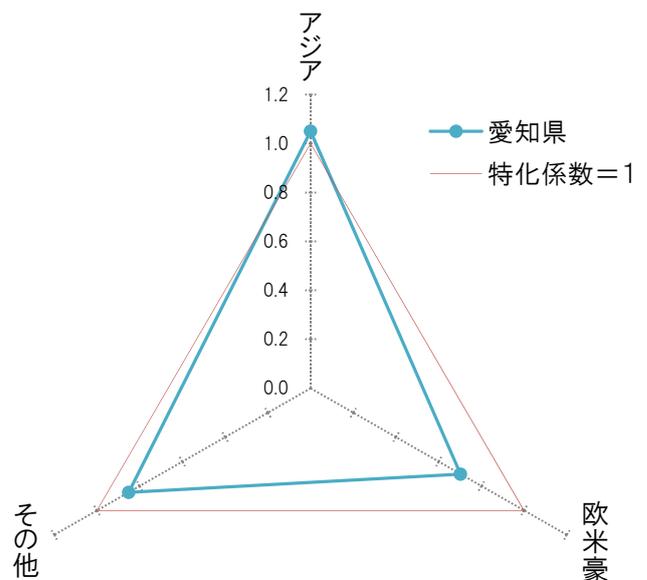
\* 赤の線(特化係数=1)のラインより外であれば特化係数が1以上、内側であれば特化係数は1以下となる。特化係数については、本ページ上段を参照。

【図表】国・地域別消費額(2015年)



出所:RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)

【図表】国・地域別消費額特化係数(2015年)



出所:RESAS

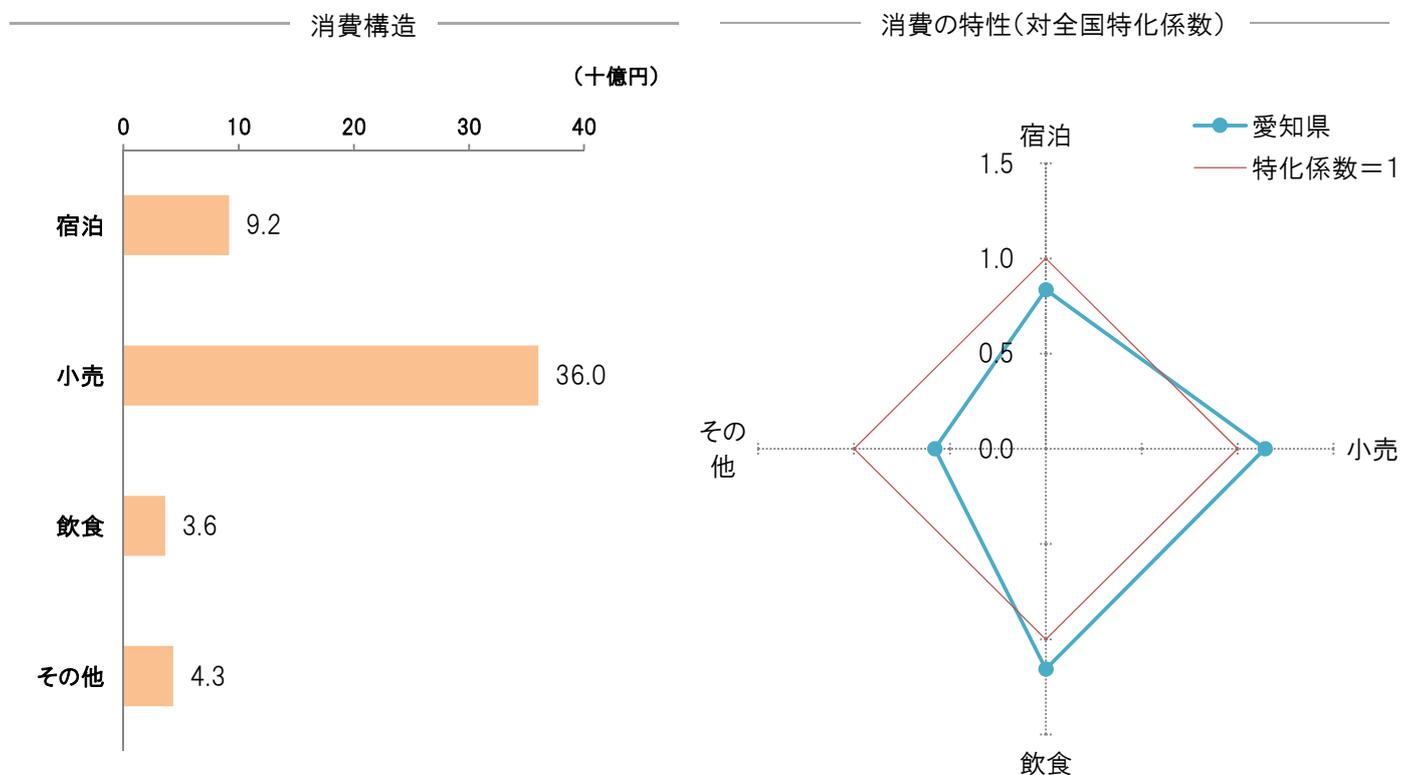
▶ 2. 愛知県

(2) 消費特性:どのように消費しているのか？

- 愛知県のインバウンド消費額は約530億円(2015年、クレジットカード利用ベース)である。買物ニーズの高いアジアからのインバウンドが多いことから、消費構造は小売の割合が高く、また飲食も高い水準にある。
- 欧米豪インバウンドは宿泊への支出が多く、アジアとの違いが明確である。

- まち・ひと・しごと創生本部によるRESAS(地域経済分析システム)が提供するインバウンドのクレジットカードの消費額データによると、2015年の愛知県でのインバウンド消費額は約530億円である。
- この530億円のうち68%の約360億円は小売で消費されているが、この水準は全国的に見ても高い。また、飲食での消費も全国的に高いウェイトとなっている。
- この背景となっているが、愛知県には日本での買い物ニーズが高いアジアからのインバウンドのウェイトが高いという点であろう。
- 一方、欧米豪の観光客は、宿泊施設での消費が多い。愛知県では全国的に見ても宿泊での消費割合が高いことが特徴となっている。

【図表】インバウンドの消費動向(全体)

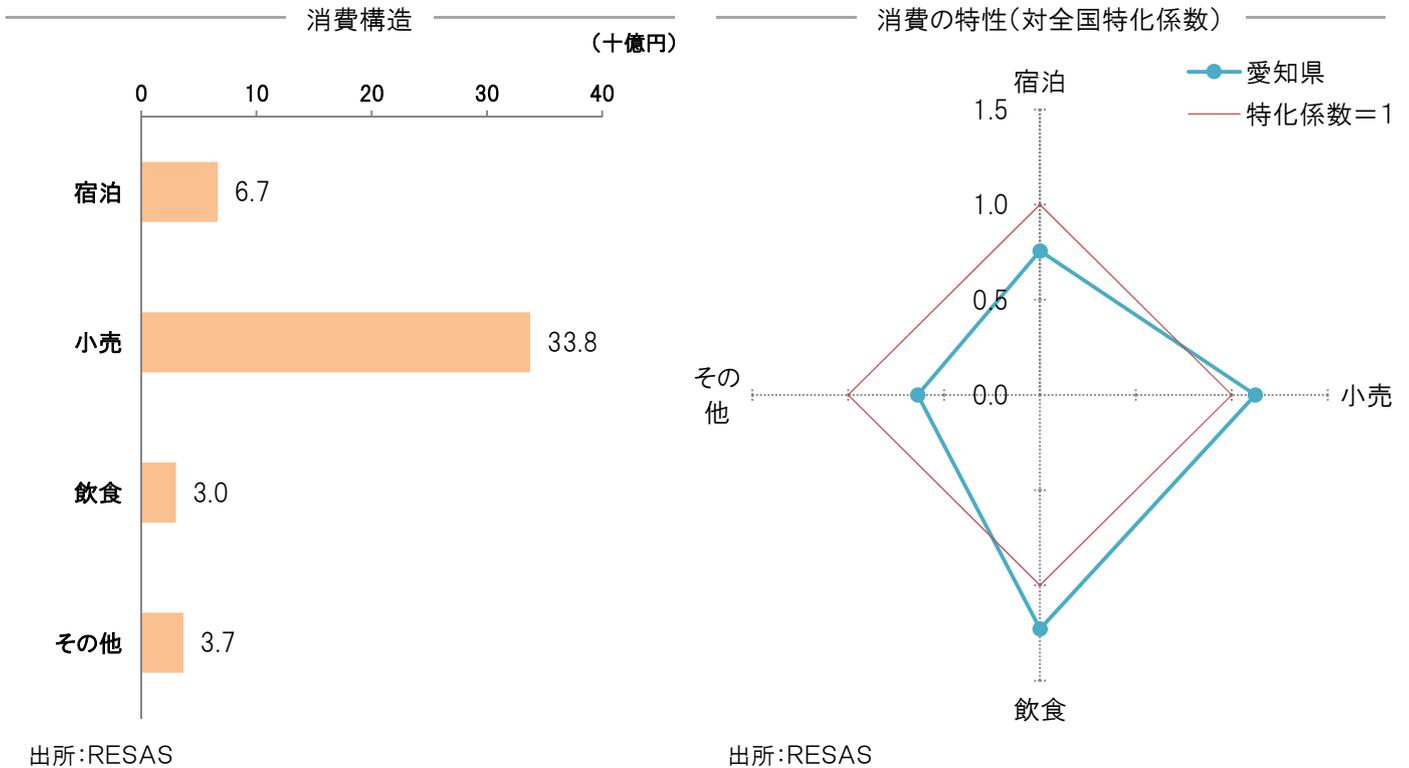


出所:RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)

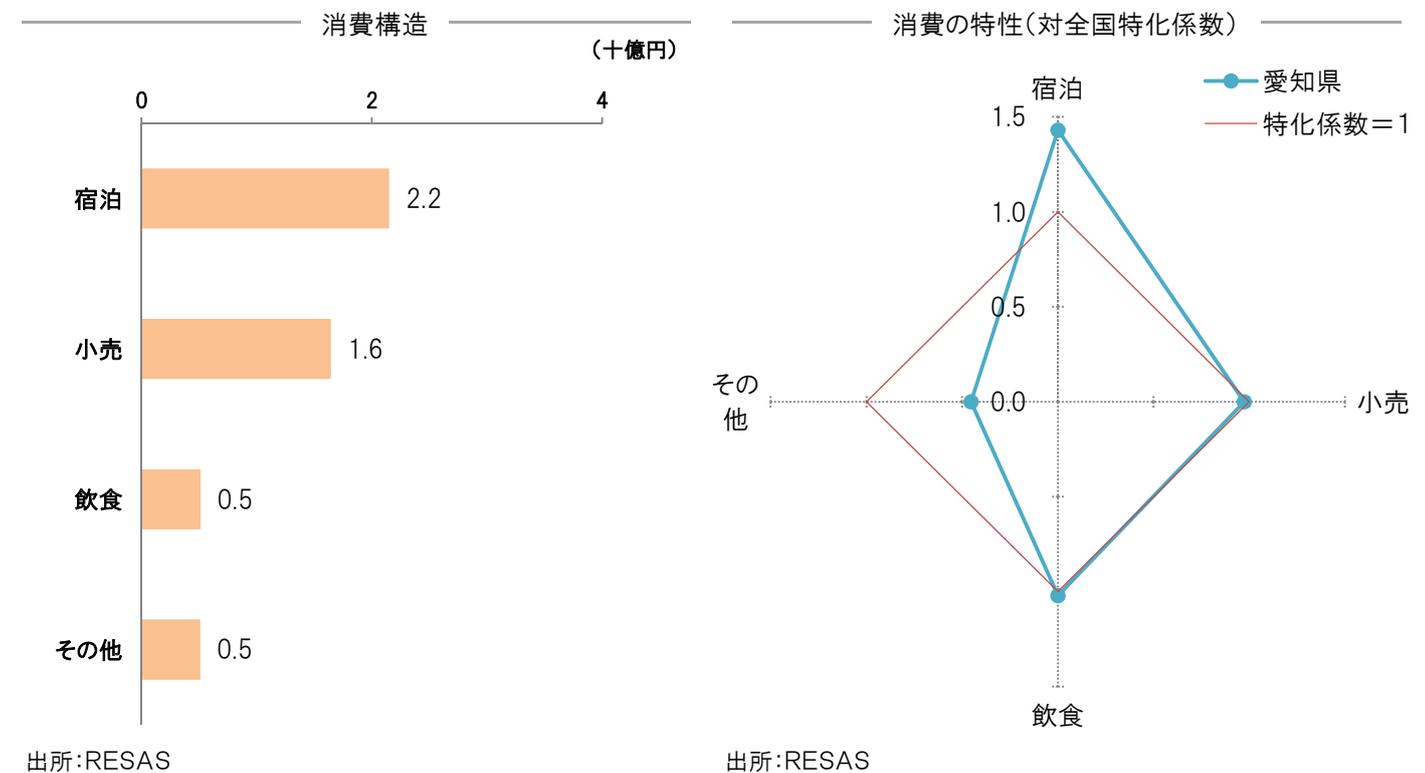


インバウンドの日本国内での消費額を正確に把握するデータはなく、P4で示した旅行消費額も訪日外国人消費動向調査からの推計値であり、かつ都道府県別や国・地域別といった分析には適していない。ここでは現時点で一般的に入手可能かつ都道府県別及び国・地域別に把握可能なデータであるRESASのクレジットカードの消費額データをインバウンドの消費額として分析している。

【図表】国・地域別消費動向(アジア)



【図表】国・地域別消費動向(欧米豪)



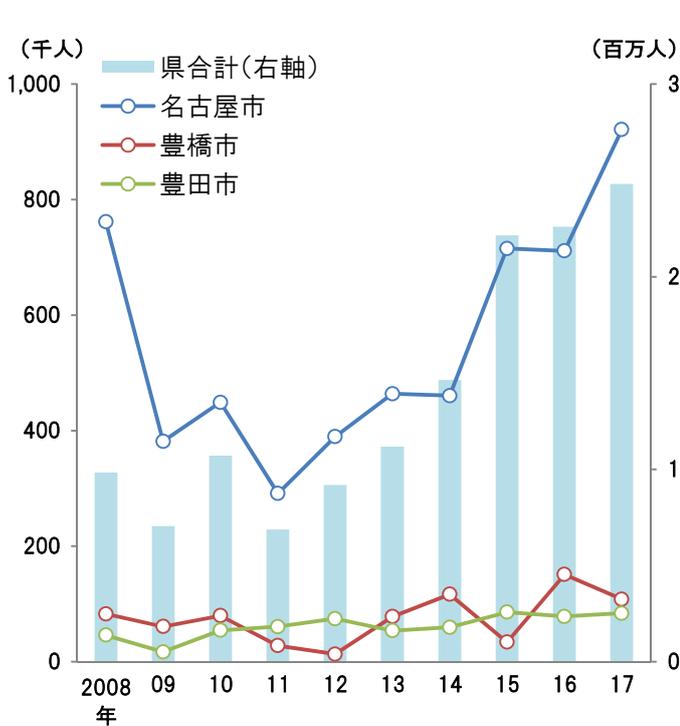
2. 愛知県

(3) 訪問地と訪問ルート:どこに、どのように来ているのか？

- 県内シェアは名古屋市が圧倒的に高く、年間宿泊者数は約900万人である。名古屋市以外では豊田市・豊橋市等のシェアが高く、大手メーカーでのミーティング目的のインバウンドが多いと推測される。
- インバウンドの約5割は中部国際空港から入ってきており、その他は東京・大阪・京都というゴールデンルート経由での来訪となっている。

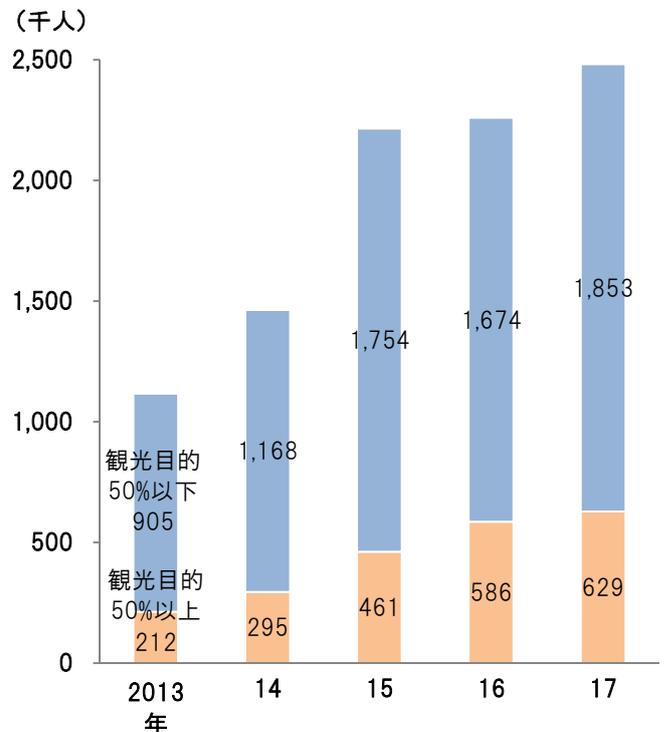
- 愛知県のインバウンド宿泊者数は増加傾向にあり2017年は約2,400万人である。そのうち名古屋市には約900万人が宿泊しており、県内で最も高いシェアを有している。名古屋市以外では豊田市・豊橋市等での宿泊者数が多い。
- 来訪者数で見ても名古屋市への集中が顕著である。名古屋市以外で中部国際空港のある常滑市、大手メーカーが立地する豊田市、豊橋市、岡崎市等への訪問者が比較的多く、ビジネス目的の訪問者も多いことが推測される。
- インバウンドの流動は、5割が中部国際空港から入国し、その後、関東・関西といった都市圏や岐阜県(ドラゴンルート)に移動している。中部国際空港以外の5割は東京・大阪から入国し、いわゆる「ゴールデンルート」経由で愛知県を訪れているものと見られる。

【図表】宿泊者数の推移(県・主要市町村)



出所:宿泊旅行統計調査

【図表】宿泊の特性(観光・ビジネス)

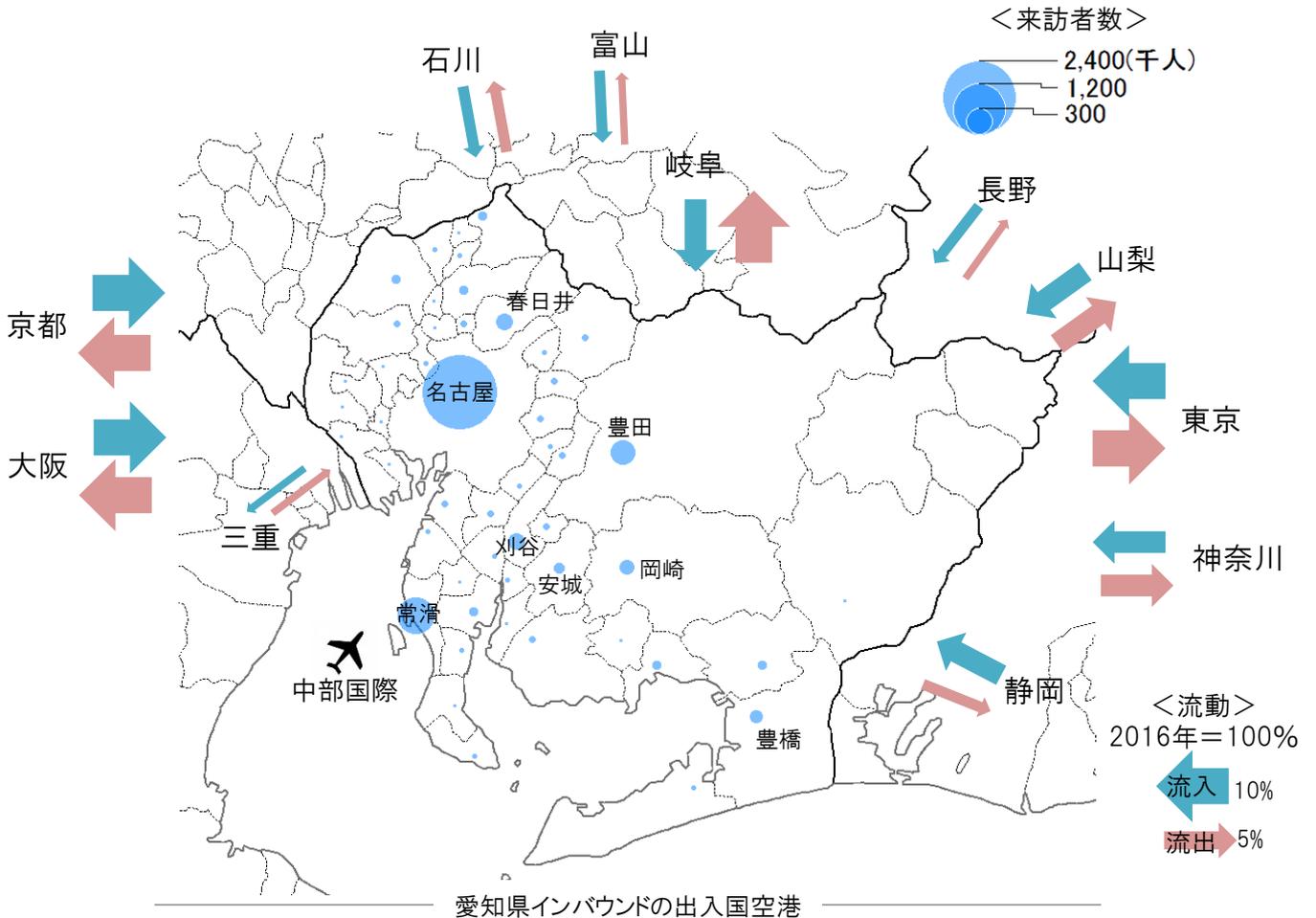


出所:宿泊旅行統計調査

\*「観光目的50%以上/以下」とは、観光目的の宿泊者が50%以上/以下の施設での宿泊者数を示す。

来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数を円のサイズで表示。また、国土交通省「FF-Data」(訪日外国人流動データ)により2016年の愛知県への他都府県からの流動について矢印の太さで表示。

【図表】市町村別来訪者数と主要ディステーション



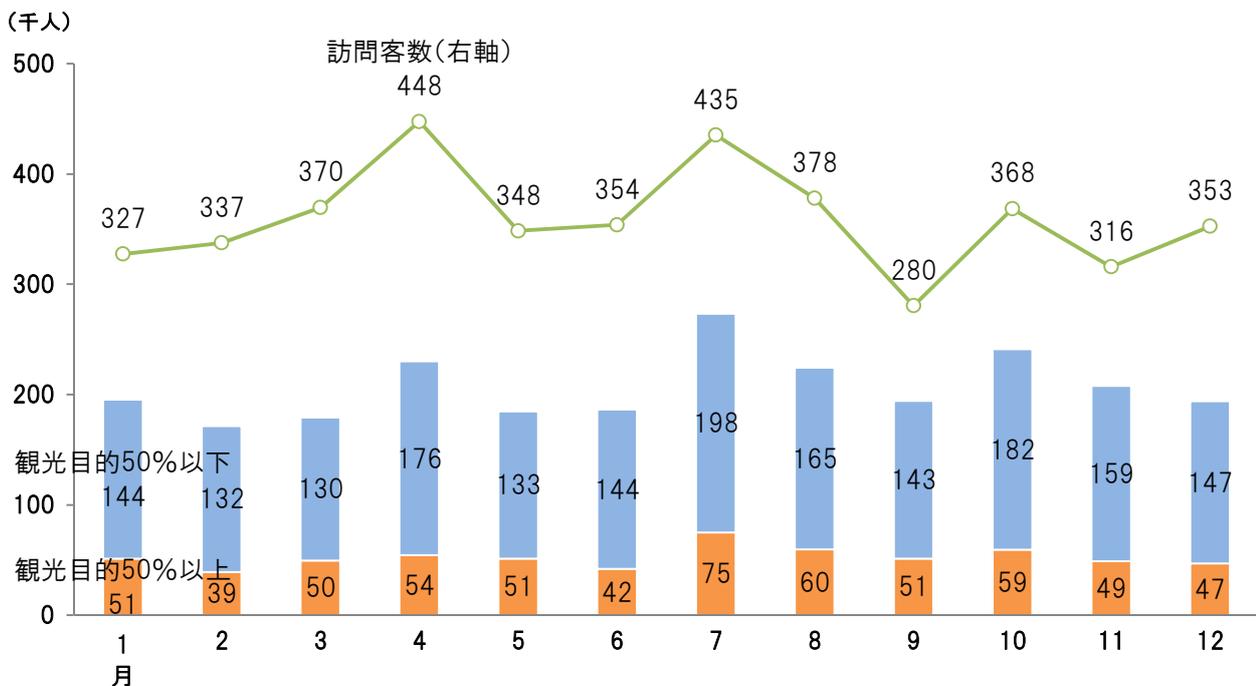
出所:RESASにより作成

▶ 2. 愛知県

(4) 季節性:いつ来ているのか？

- 愛知県を訪れるインバウンドは、来訪ベースでは月平均約40万人、宿泊ベースでは約20万人である。来訪・宿泊ともにピークは4月・7月・10月であるが、強い季節性はない。
  - 主要な宿泊地である名古屋市・豊田市・豊橋市についても強い季節性は見られず、年間を通して一定のインバウンドを獲得している。
- 来訪者数(モバイル空間統計®、2016年)と延べ宿泊者数(2017年)の月別データから愛知県及び主要市部のインバウンド動向を見ると、愛知県全体では来訪ベースでは月平均40万人、宿泊ベースでは月平均20万人のインバウンドを獲得している。
- 来訪・宿泊ともに4月、7月、10月に一定のピークが観察されるが、強い季節性を示すまでには至っておらず、年間を通して安定的にインバウンドを獲得していると判断できる。
- 県内の主要インバウンド宿泊地域である名古屋市・豊田市・豊橋市についても、それぞれピークとなる月はあるものの季節性はあまり強くない。

【図表】月別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)

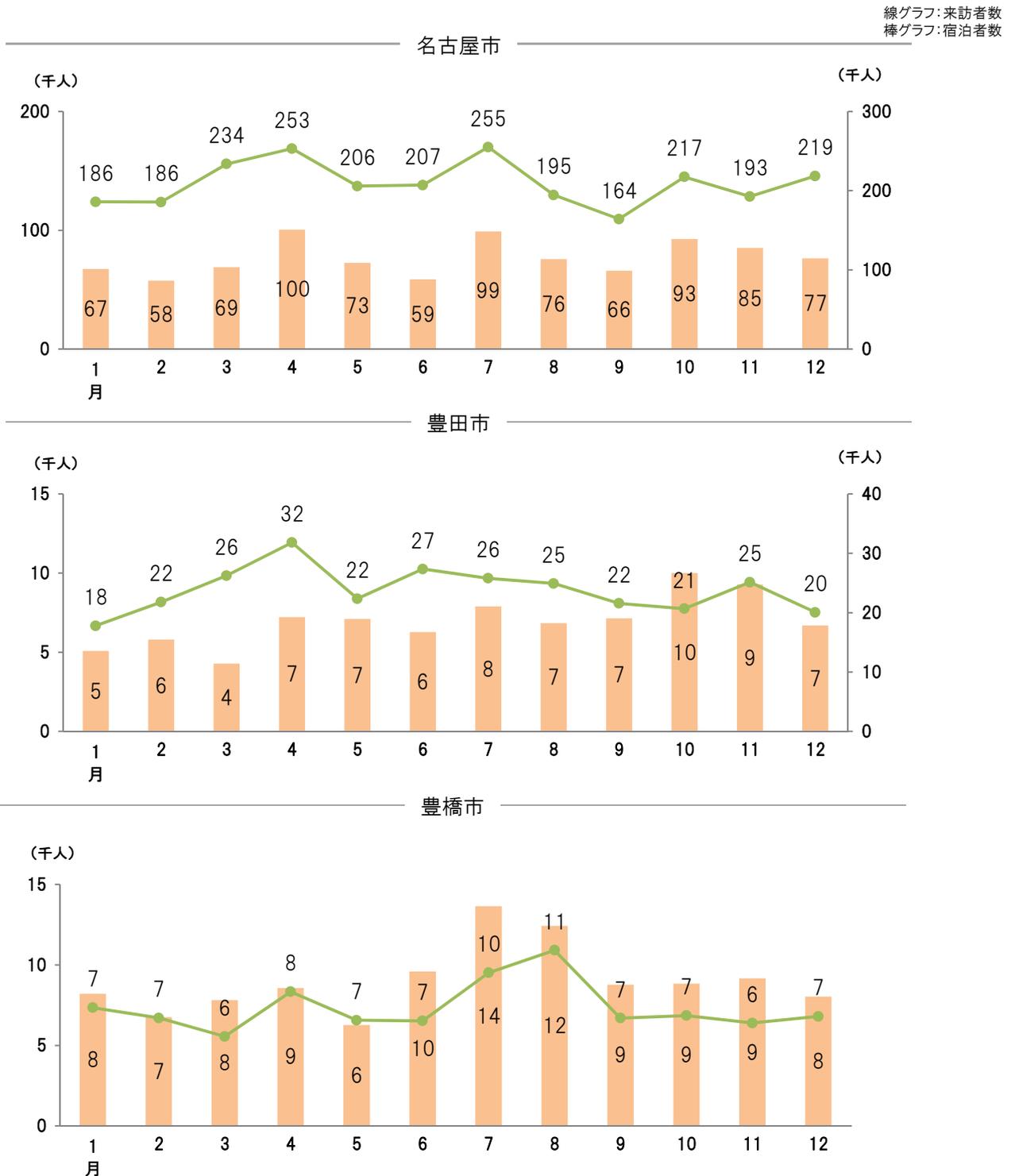


出所: 宿泊旅行統計調査、RESAS



来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数、宿泊者数は2017年の宿泊旅行統計調査から把握しており、両データは調査時点が異なる。そのため、宿泊者数が来訪者数を上回る場合がある。

【図表】月別主要市別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)



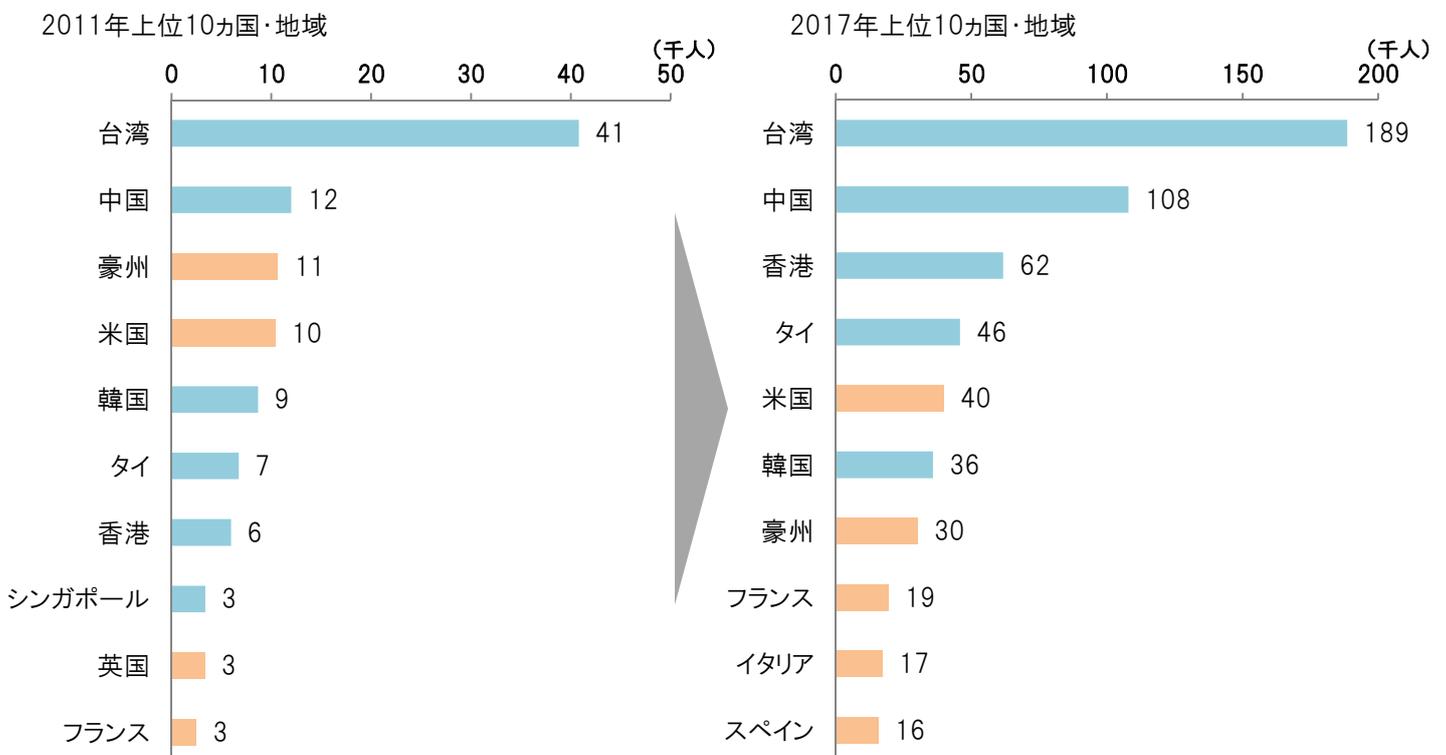
出所:宿泊旅行統計調査、RESAS

### 3. 岐阜県

#### (1) マーケットの状況 :どこから来ているのか？

- 岐阜県へのインバウンドは台湾・中国・香港・タイ等のアジアの割合は多いもの、米国・豪州・フランス・イタリア・スペイン・イギリス等の欧米豪のインバウンドも存在感が高い。
  - 全国的にも欧米豪インバウンドの割合が高いことが大きな特徴である。
- 岐阜県のインバウンドはアジアの中でも台湾からのインバウンドが最も多い。これは全国・東海4県とは異なる特徴である。この台湾からのインバウンドは、2011年の4.1万人から2017年は18.9万人と4.6倍に伸びている。
  - また、もう一つの岐阜県の特徴となっているのが、欧米豪からのインバウンドの多さである。訪問者ベースもトップ10に米国・豪州・フランス・イタリア・スペインが入っており、宿泊ベースで見ても欧米豪への特化が顕著である。
  - クレジットカードの消費額では、アジアが上位を占めているが、訪問・宿泊でトップの台湾を香港・中国・タイ等が上回っており、これら国・地域からは消費単価の高い顧客が訪れていることが推測される。また、消費額でも欧米豪への特化が見られるほか、アジア・欧米豪以外の消費割合も全国的に見て高い水準にあるという特徴がある。

【図表】国・地域別訪問者数(2011・2017年)

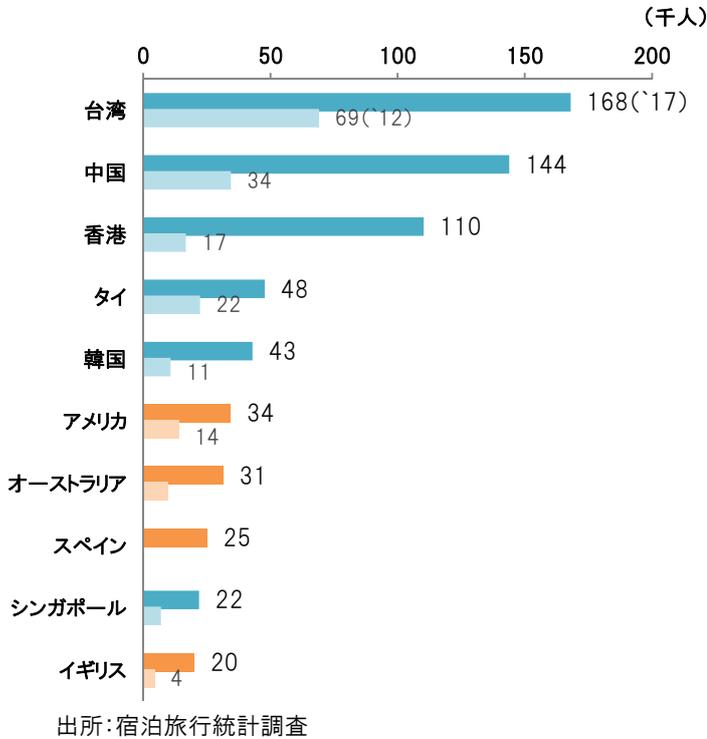


出所:消費動向調査、訪日外客数より推計  
\*アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け

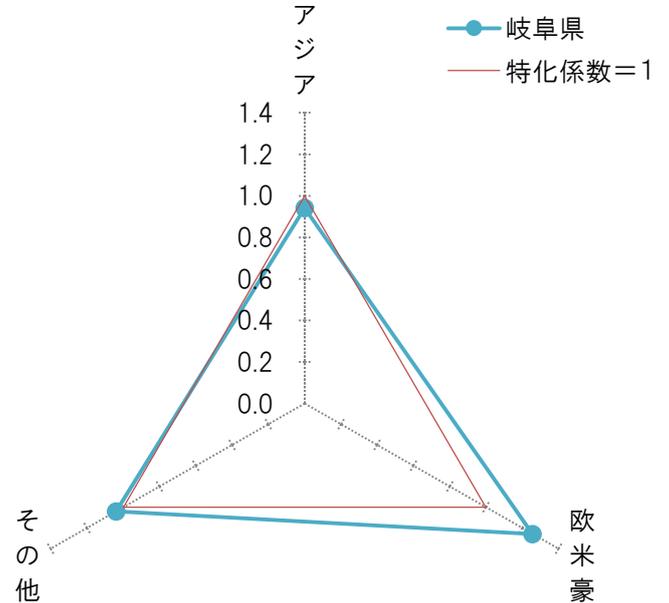


特化係数:特定の数値(例:述べ宿泊者数)について、岐阜県における特定の地域(例:アジア)の構成比を全国での構成比で除したもの。1以上であれば、岐阜県が全国より同地域への集中度が高い=「特化」しているといえる。

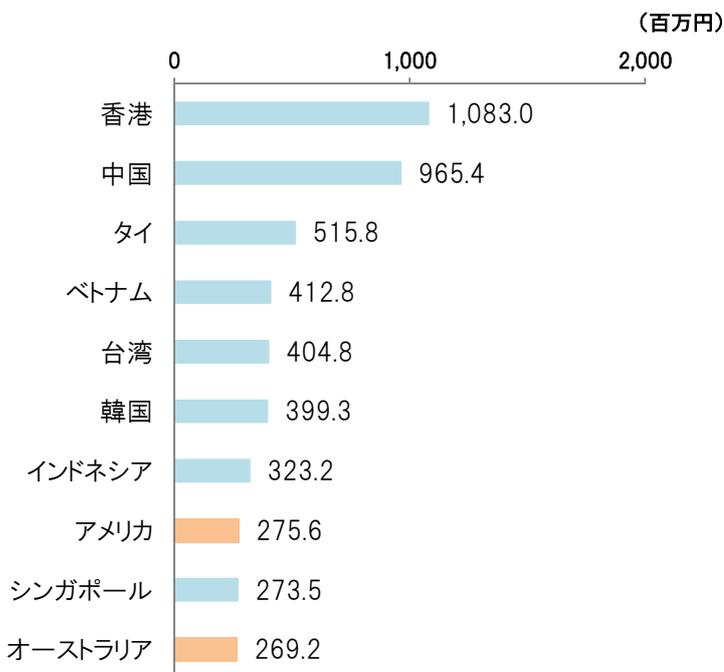
【図表】国・地域別宿泊客数(2012・2017年)



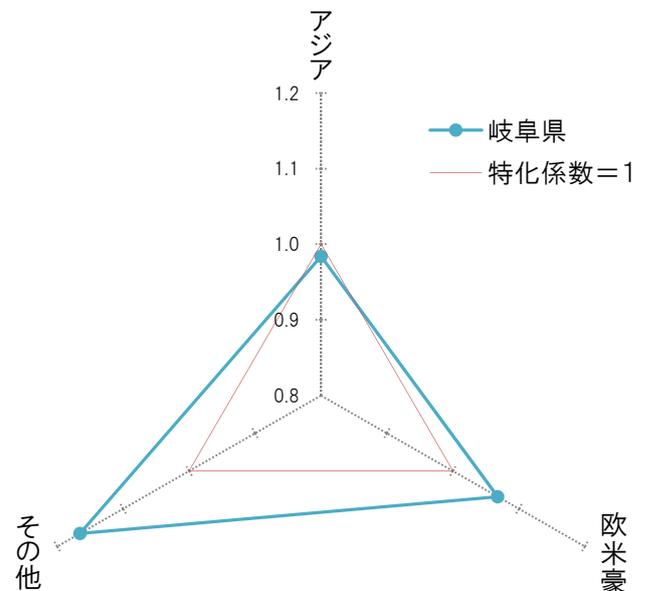
【図表】国・地域別特化係数(2017年)



【図表】国・地域別消費額(2015年)



【図表】国・地域別消費額特化係数(2015年)



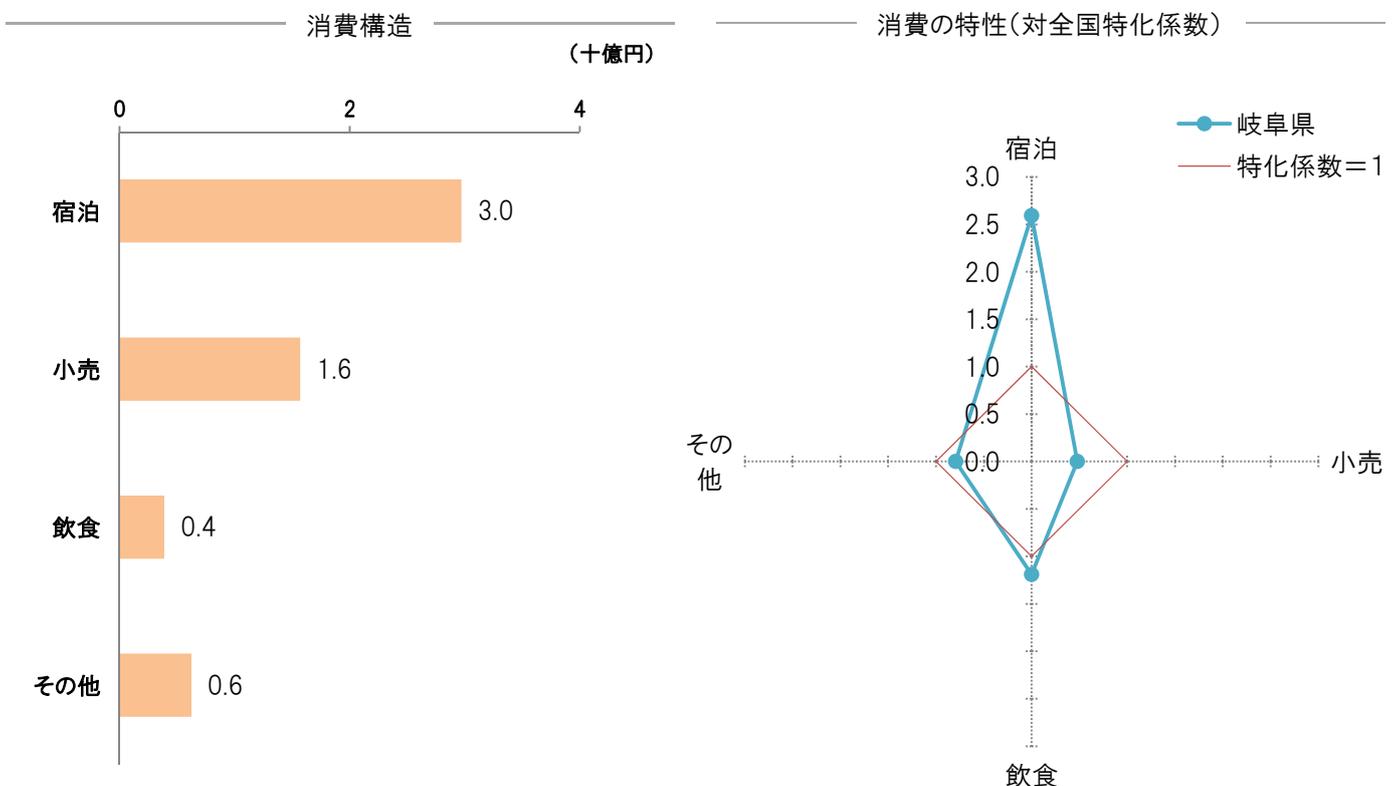
### 3. 岐阜県

#### (2) 消費特性:どのように消費しているのか？

- 岐阜県のインバウンド消費額は約56億円(2015年、クレジットカード利用ベース)である。消費構造としては、小売の割合が低く、宿泊の割合が高いことが大きな特徴である。
- この消費構造はアジア・欧米豪でも同様であり、宿泊が最大の消費機会となっている。

- まち・ひと・しごと創生本部によるRESAS(地域経済分析システム)が提供するインバウンドのクレジットカードの消費額データによると、2015年の岐阜県でのインバウンド消費額は約56億円である。
- この56億円のうち54%の約30億円は宿泊で消費されており、全国・東海4県でウェイトが高い小売は全体の29%、約16億円で留まる。このように宿泊への特化が顕著であることが、岐阜県のインバウンド消費の特性となっている。
- このような消費構造は、アジア・欧米豪共通である。一般にアジアからのインバウンドは買い物ニーズが高い傾向にあるが、岐阜県においては、消費機会が宿泊がメインであり、他地域と観光客の行動が大きく異なっていることを示している。

【図表】インバウンドの消費動向(全体)



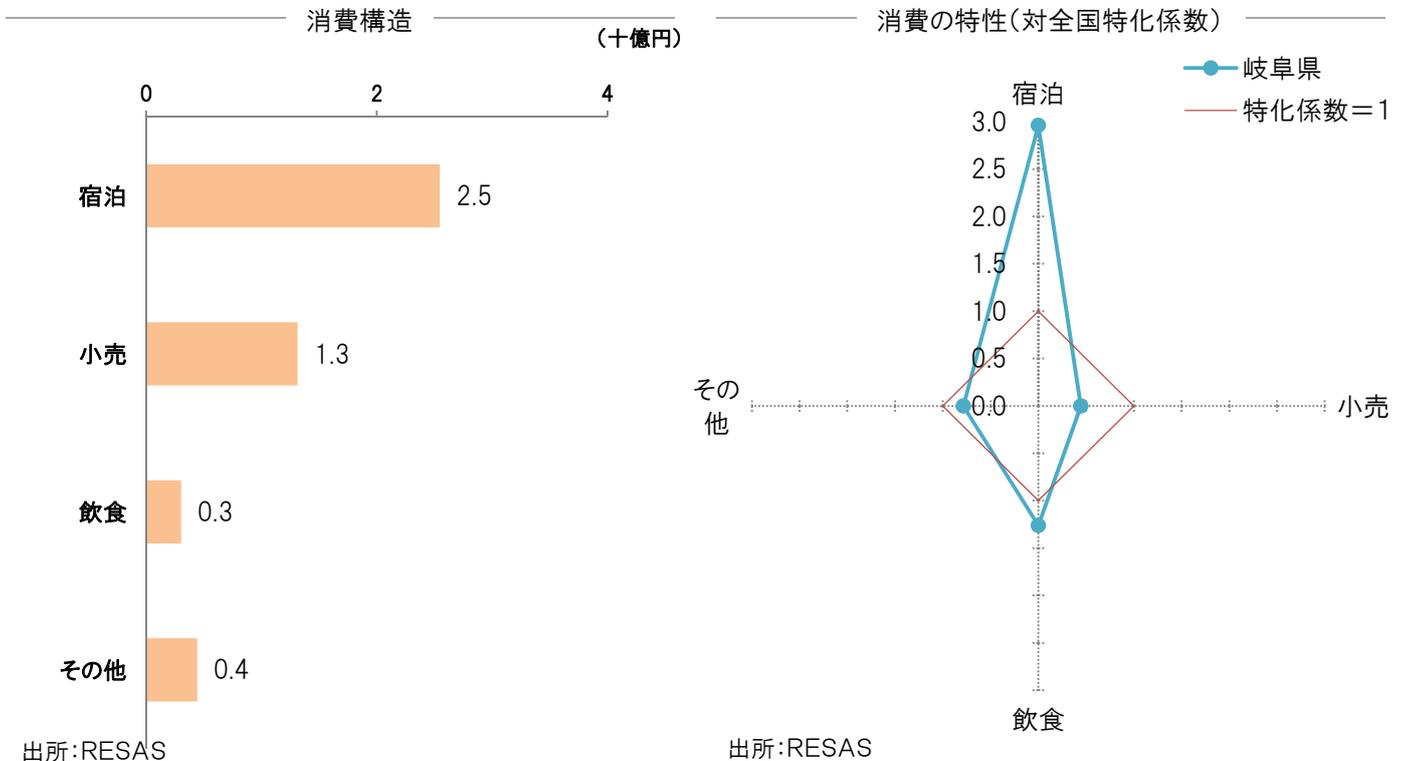
出所:RESAS

出所:RESAS

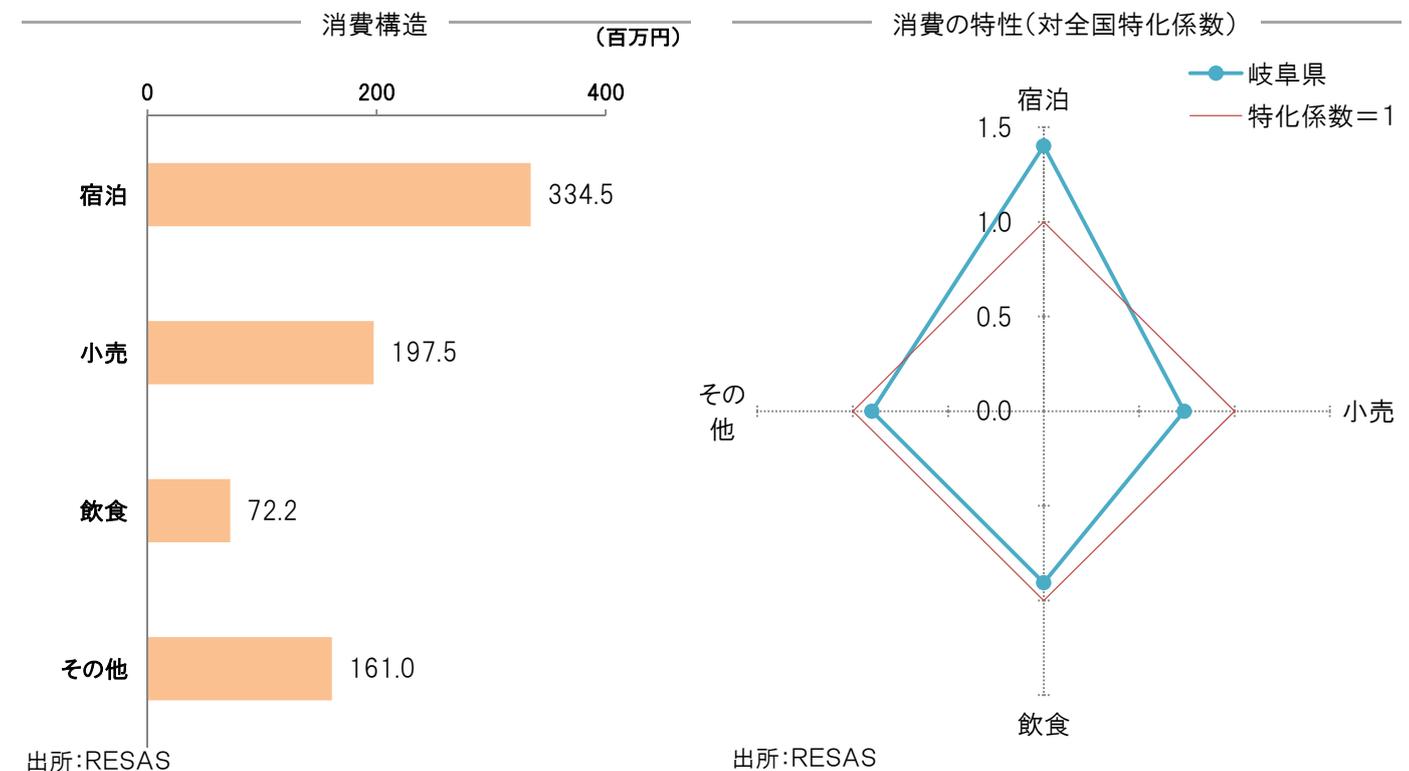


インバウンドの日本国内での消費額を正確に把握するデータはなく、P4で示した旅行消費額も訪日外国人消費動向調査からの推計値であり、かつ都道府県別や国・地域別といった分析には適していない。ここでは現時点で一般的に入手可能かつ都道府県別及び国・地域別に把握可能なデータであるRESASのクレジットカードの消費額データをインバウンドの消費額として分析している。

【図表】国・地域別消費動向(アジア)



【図表】国・地域別消費動向(欧米豪)



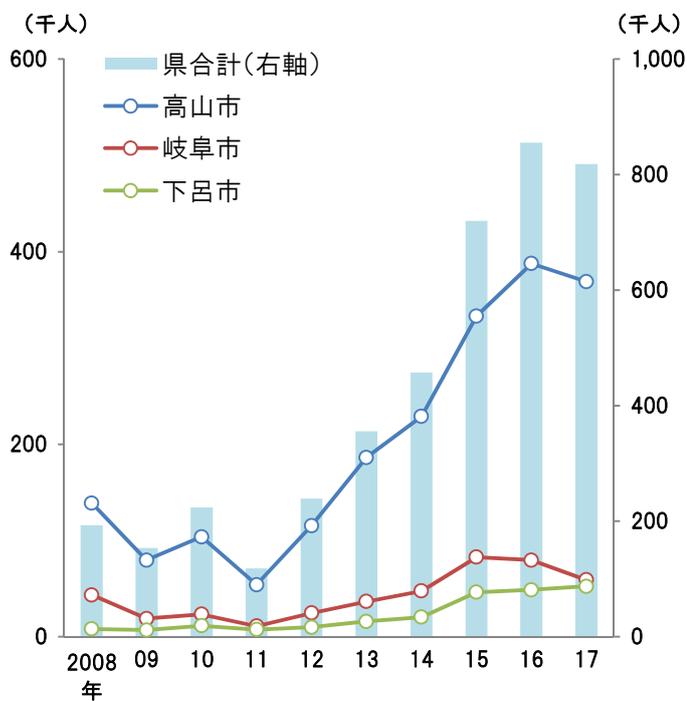
### 3. 岐阜県

#### (3) 訪問地と訪問ルート:どこに、どのように来ているのか？

- 県内シェアは高山市が圧倒的に高く、年間宿泊者数は約38万人であり、来訪ベースでも飛騨地方への集中が見られる。高山市以外では岐阜市・下呂市等に宿泊客が存在する。
- インバウンドの流動は、愛知・富山・石川といったドラゴンルート(昇龍道)での来訪がメイン、また、関東・関西からも来訪がある。

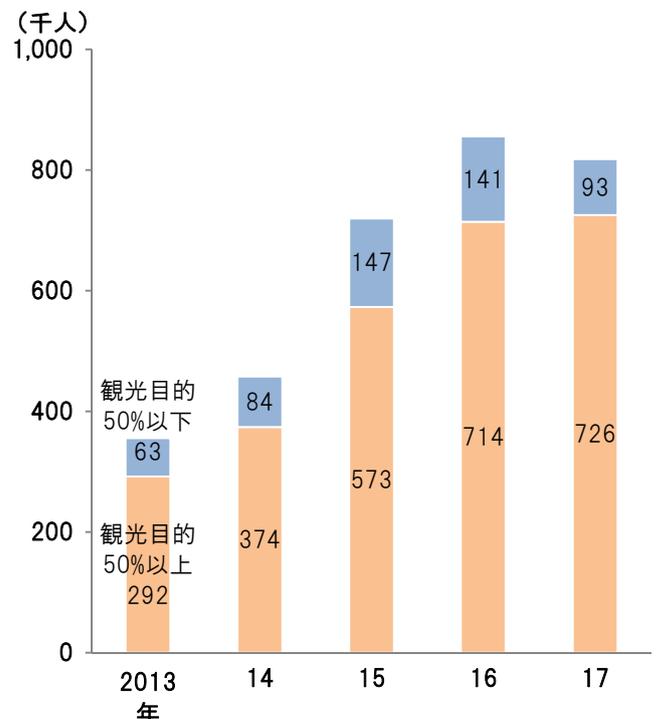
- 岐阜県のインバウンド宿泊者数は2016年の約86万人までは順調に増加してきたが、2017年は一転減少し、約82万人となっている。このうち高山市には県全体の45%にあたる約37万人が宿泊しており、県下最大の観光地となっている。来訪者数で見ても高山市・白川村といった飛騨地方への集中が顕著である。この飛騨地方には世界遺産(白川郷)・高山祭等の観光資源があり、世界中からインバウンドを引き寄せいている。高山市以外では岐阜市・下呂市・郡上市・恵那市などに来訪・宿泊が見られるが、飛騨地方に比べると数は少ない。
- インバウンドの流動は、ドラゴンルート、つまり愛知と富山・石川からの来訪がメインである。このドラゴンルートよりは少ないが、関東(東京・神奈川)・関西(大阪・京都)からの来訪がほぼ同水準であり、東西南北から広くインバウンドが訪れている。

【図表】宿泊者数の推移(県・主要市町村)



出所:宿泊旅行統計調査

【図表】宿泊者の特性(観光・ビジネス)



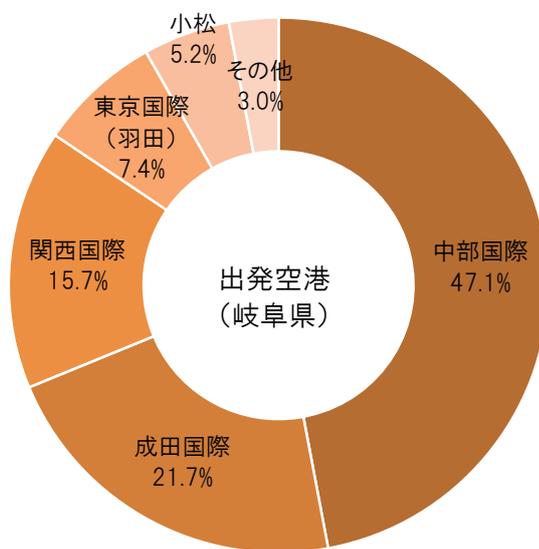
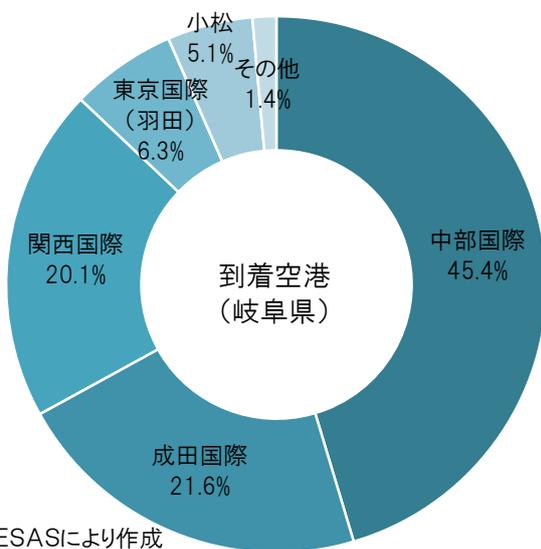
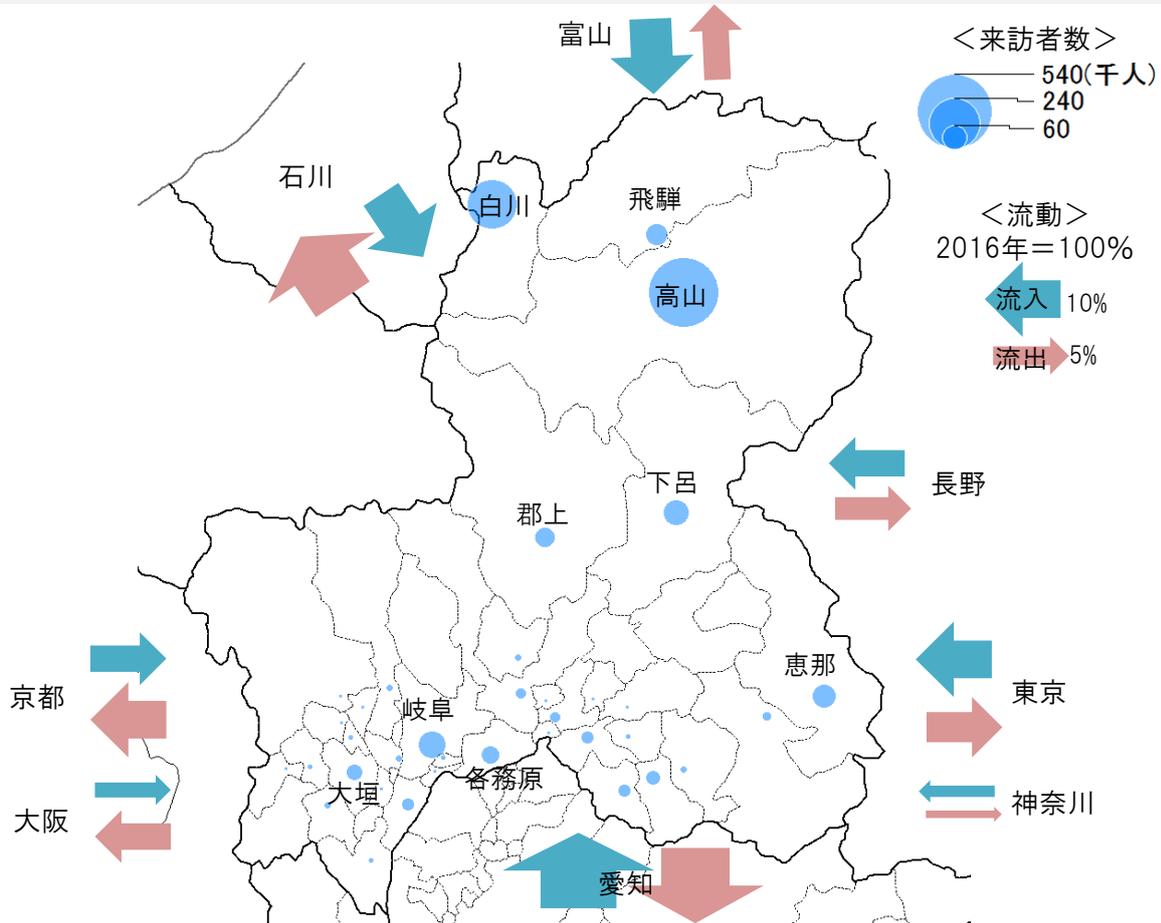
出所:宿泊旅行統計調査

\*「観光目的50%以上/以下」とは、観光目的の宿泊者が50%以上/以下の施設での宿泊者数を示す。



訪問者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数を円のサイズで表示。また、国土交通省「FF-Data」(訪日外国人流動データ)により2016年の岐阜県への他都府県からの流動について矢印の太さで表示。

【図表】市町村別来訪者数と主要ディスティネーション



出所:RESASにより作成

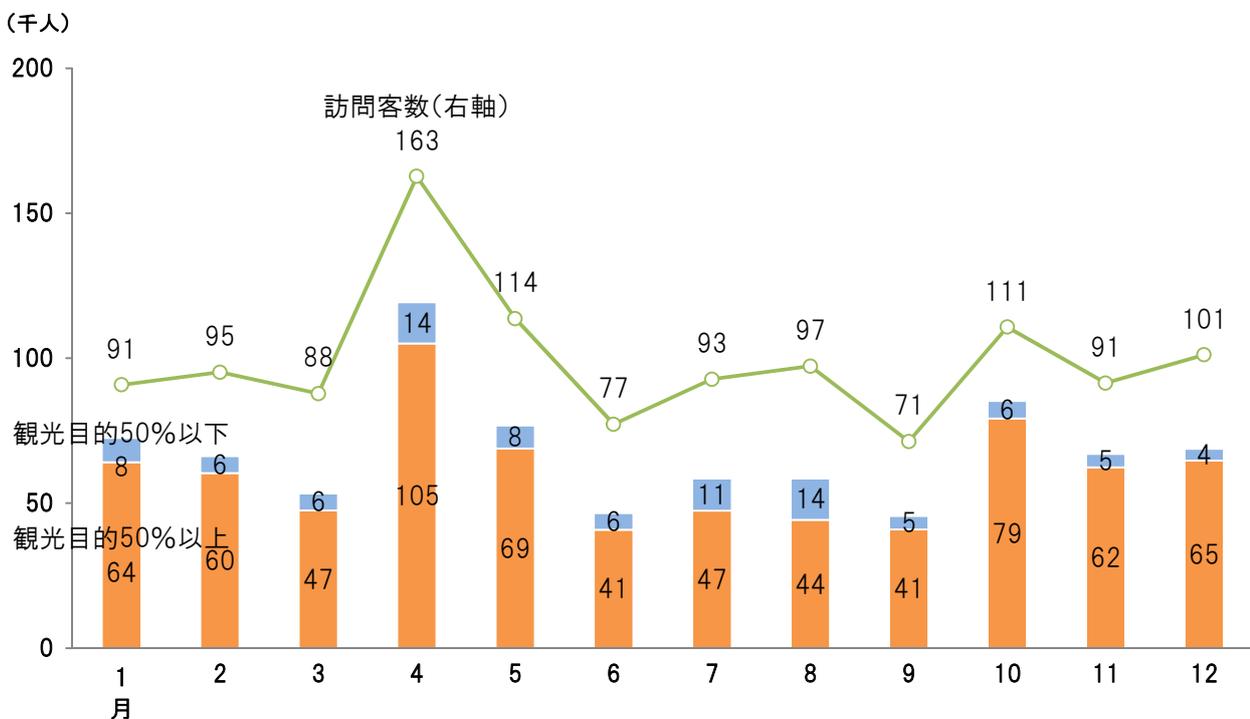
### 3. 岐阜県

#### (4) 季節性:いつ来ているのか？

- 岐阜県を訪れるインバウンドは、来訪ベースでは月平均約12万人、宿泊ベースでは約7万人である。来訪・宿泊ともに4月・10月がピークであり、特に4月には多くの観光客が訪れる。
- この季節性は、県内最大のディスティネーション・高山市における高山祭の開催によるものと考えられる。

- 来訪者(モバイル空間統計®、2016年)と延べ宿泊者数(2017年)の月別データから岐阜県及び主要市部のインバウンド動向を見ると、岐阜県全体では来訪ベースでは月平均12万人、宿泊ベースでは月平均7万人のインバウンドを獲得している。
- 来訪・宿泊ともに4月、10月にピークがあり、特に4月は来訪者は16.3万人、宿泊者は11.9万人と月平均の1.5倍のインバウンドを獲得するという強い季節性がある。
- 4月及び10月は県内で最大のディスティネーションである高山市において年2回開催される高山祭りの開催月であり、この高山祭を目的として多くのインバウンドが訪れているものと考えられる。

【図表】月別訪問者数(2016年)・宿泊者数(2017年)



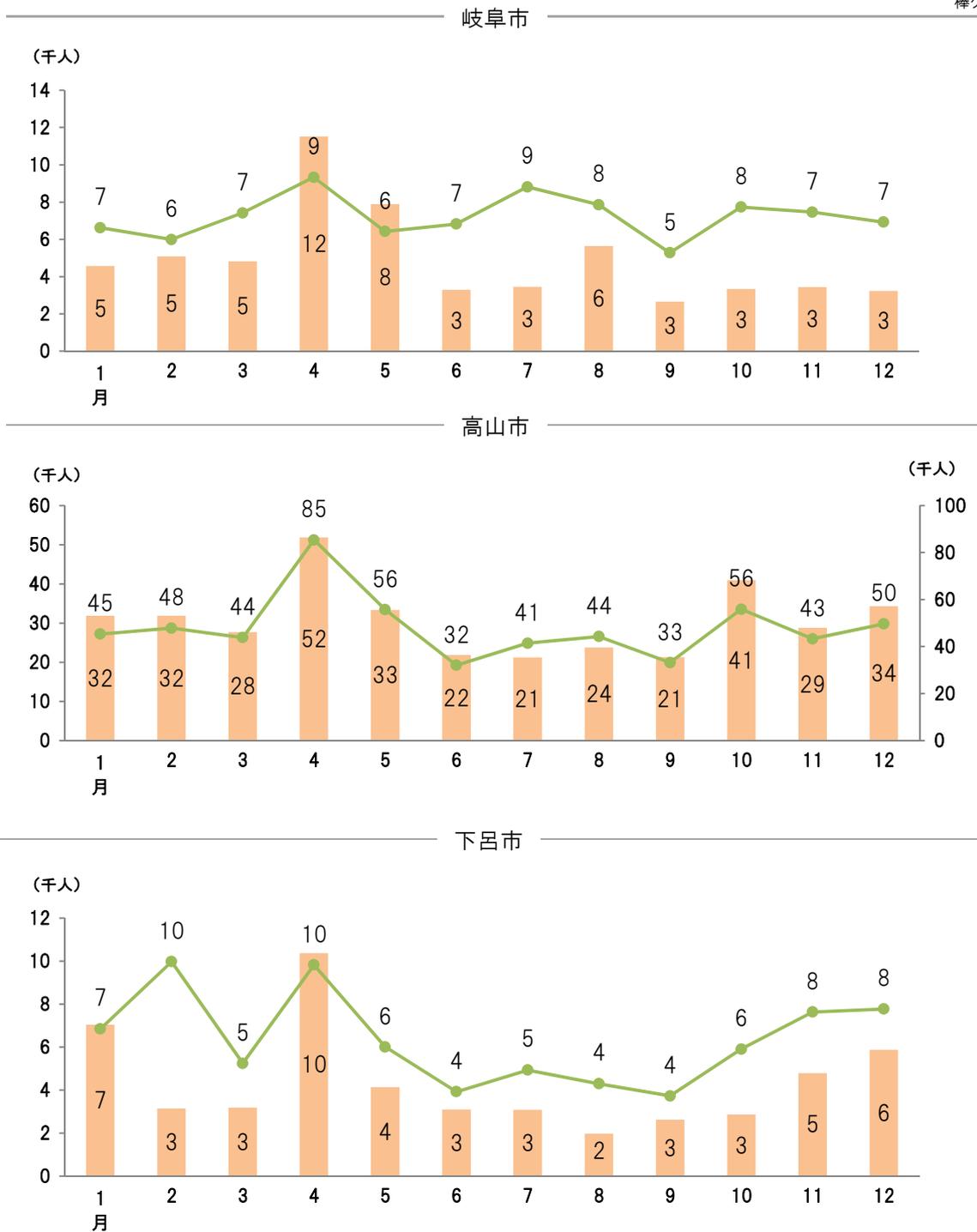
出所: 宿泊旅行統計調査、RESAS



来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数、宿泊者数は2017年の宿泊旅行統計調査から把握しており、両データは調査時点が異なる。そのため、宿泊者数が来訪者数を上回る場合がある。

【図表】月別主要市別来訪問者数(2016年)・宿泊者数(2017年)

線グラフ:来訪者数  
棒グラフ:宿泊者数



出所:宿泊旅行統計調査、RESAS

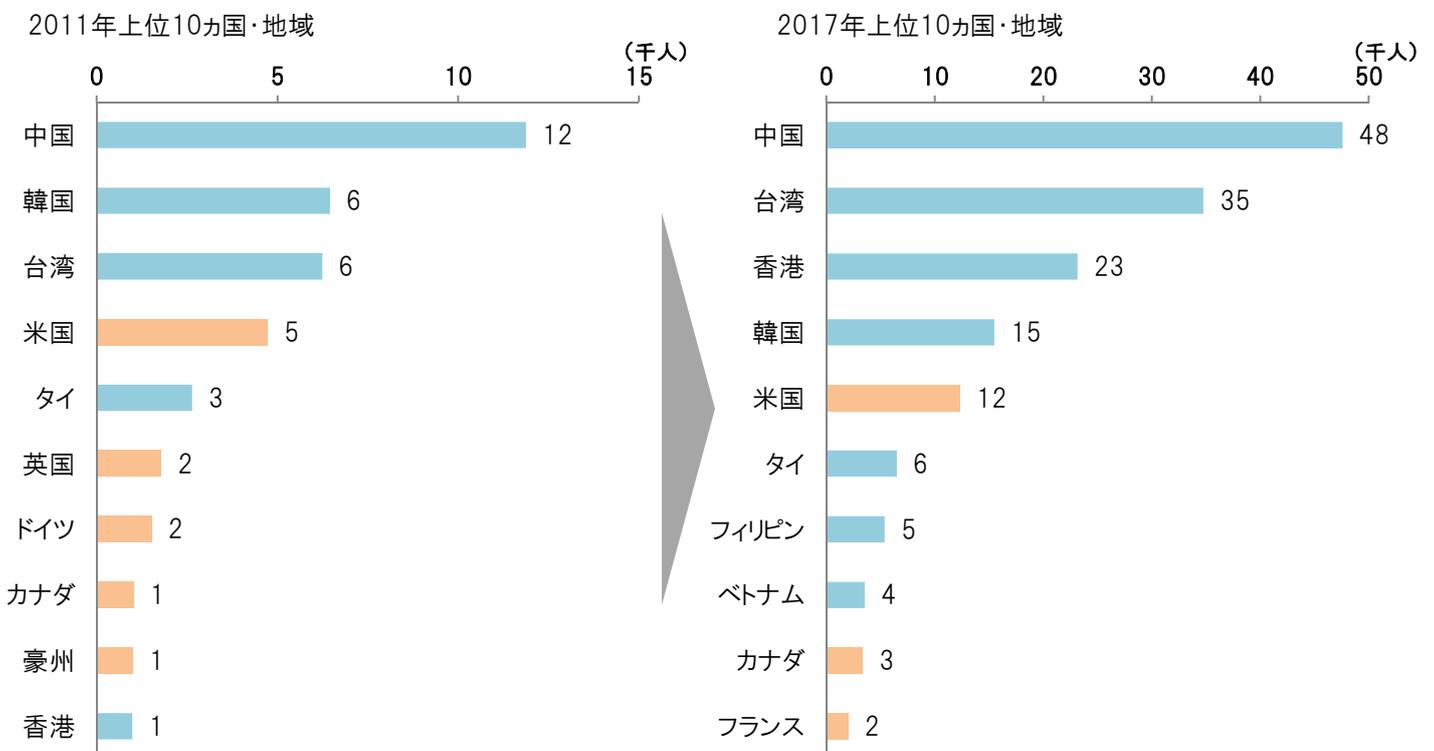
▶ 4. 三重県

(1) マーケットの状況 :どこから来ているのか？

- 三重県へのインバウンドは中国・台湾・香港・韓国等のアジアが中心であり、全国的に見てもアジアからのインバウンドへの依存度は高い。
- 欧米豪の割合は全国的に低いですが、その中で米国・カナダ・フランス・英国からのインバウンドは一定程度存在している。

- 三重県のインバウンドは全国・東海4県と同様にアジアからが多く、訪問・宿泊ともに中国・台湾・香港・韓国が上位を占めている。一方、アジア以外では米国・カナダ・フランス・英国といった欧米諸国が一部見られるが、その数は少ない。
- そのため、インバウンドの地域別構成はアジアの割合が高く、全国的にもアジアへの特化・依存が強い状況にある。
- これは、クレジットカードの消費額を見ても同様であり、アジアが中心であることに変わりなく、アジアへの集中と欧米豪のウェイトの低さが明確である。

【図表】国・地域別訪問者数(2011・2017年)

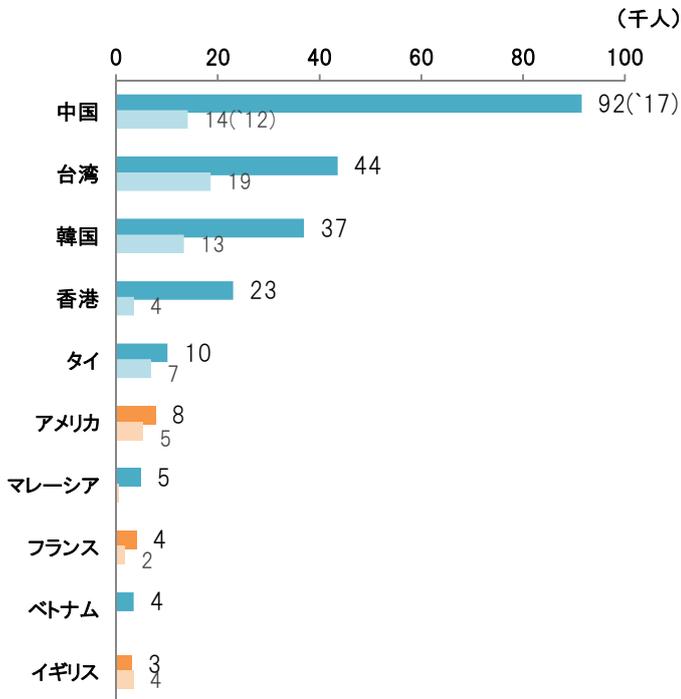


出所：消費動向調査、訪日外客数より推計  
 ＊アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け



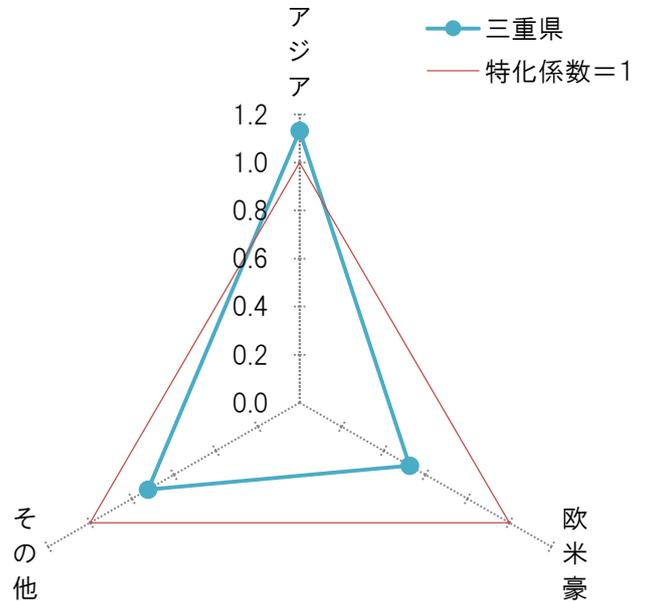
特化係数:特定の数値(例:述べ宿泊者数)について、三重県における特定の地域(例:アジア)の構成比を全国での構成比で除したものの、1以上であれば、三重県が全国より同地域への集中度が高い=「特化」しているといえる。

【図表】国・地域別宿泊客数(2012・2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

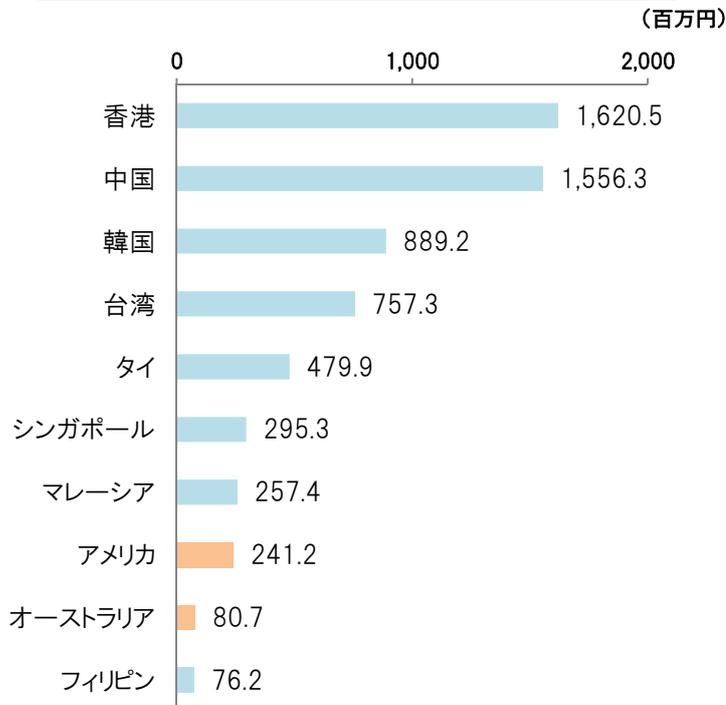
【図表】国・地域別特化係数(2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

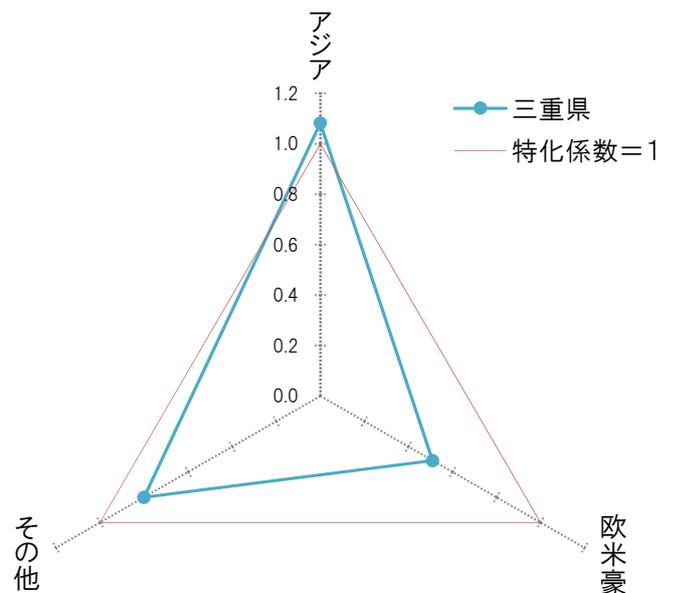
\*赤の線(特化係数=1)のラインより外であれば特化係数が1以上、内側であれば特化係数は1以下となる。特化係数については、本ページ上段を参照。

【図表】国・地域別消費額(2015年)



出所:RESAS

【図表】国・地域別消費額特化係数(2015年)



出所:RESAS

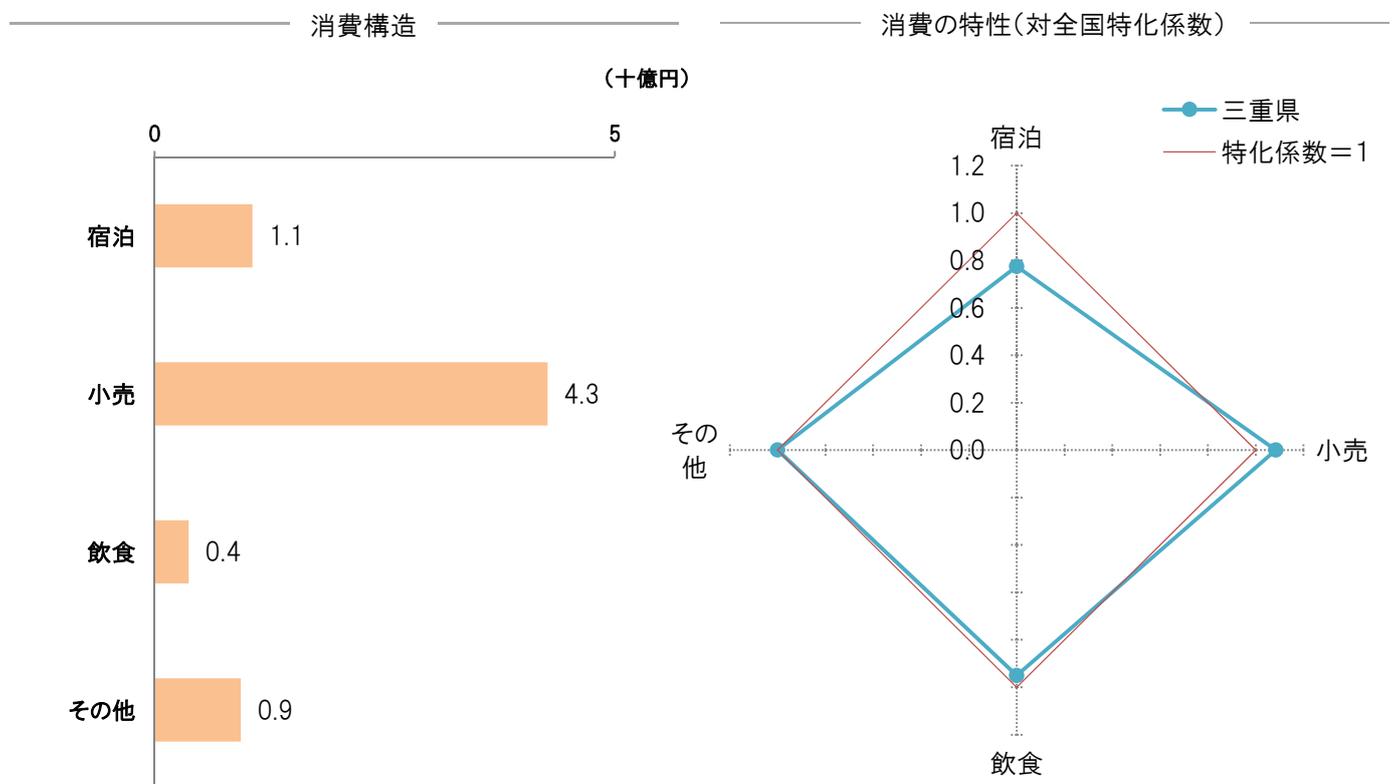
4. 三重県

(2) 消費特性:どのように消費しているのか？

- 三重県のインバウンド消費額は約66億円(2015年、クレジットカード利用ベース)である。消費構造は小売が主であり、宿泊が比較的低い水準にある。
- アジア・欧米豪どちらの消費構造も、アミューズメント・スポーツ(その他に分類)のウェイトの高さが特徴である。

- まち・ひと・しごと創生本部によるRESAS(地域経済分析システム)が提供するインバウンドのクレジットカードの消費額データによると、2015年の三重県でのインバウンド消費額は約66億円である。
- このうち65%の約43億円は小売で消費されているが、この水準は全国的に見てもやや高い。これは日本での買い物ニーズが高いアジアからのインバウンドのウェイトの高さが反映していると考えられる。
- アジア・欧米豪別に消費構造を全国と比較すると、「その他」への特化が見られる。これは「その他」に分類されている「アミューズメント」「スポーツ」に関する消費が比較的多いことが原因である。この「アミューズメント」は長島スパワールド等、「スポーツ」は鈴鹿サーキット関連の消費が該当するものと思われる。

【図表】インバウンドの消費動向(全体)

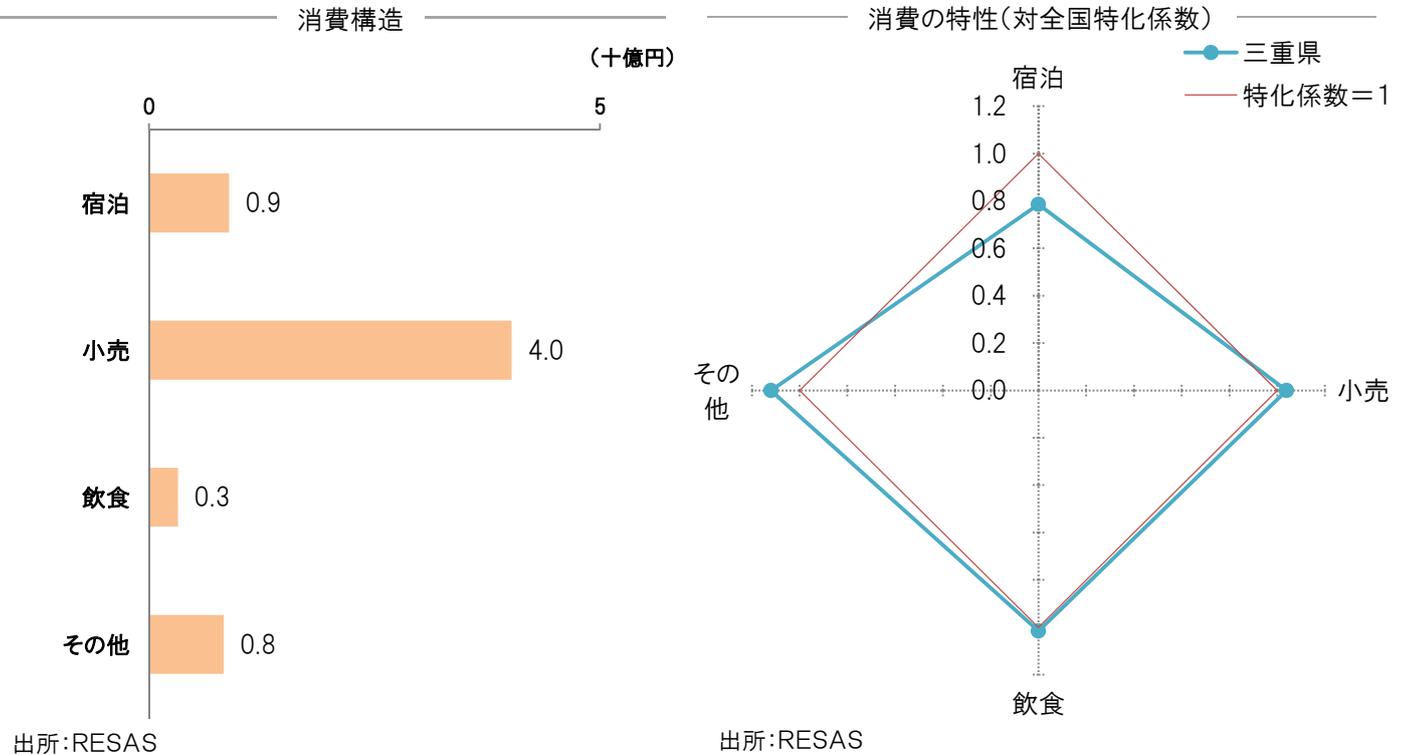


出所:RESAS

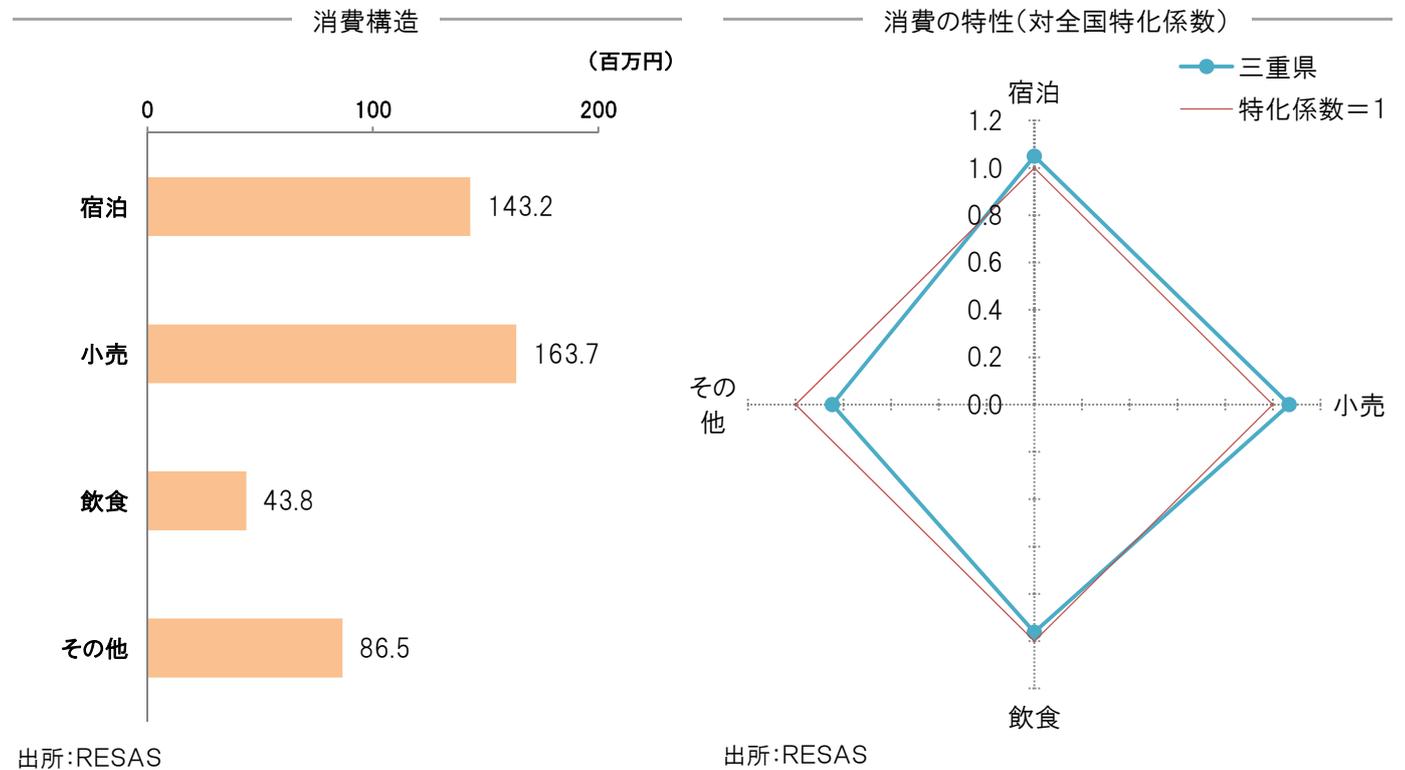


インバウンドの日本国内での消費額を正確に把握するデータはなく、P4で示した旅行消費額も訪日外国人消費動向調査からの推計値であり、かつ都道府県別や国・地域別といった分析には適していない。ここでは現時点で一般的に入手可能かつ都道府県別及び国・地域別に把握可能なデータであるRESASのクレジットカードの消費額データをインバウンドの消費額として分析している。

【図表】国・地域別消費動向(アジア)



【図表】国・地域別消費動向(欧米豪)



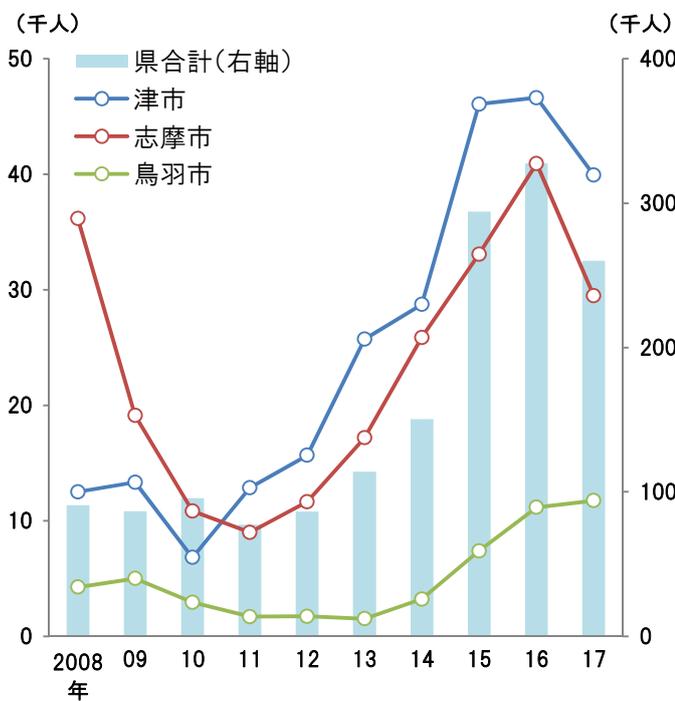
4. 三重県

(3) 訪問地と訪問ルート:どこに、どのように来ているのか？

- 県内シェアは津・志摩が高い状況であるが、両市ともに2016年(伊勢志摩サミット開催年)をピークに2017年は宿泊客数を大きく減らしている。
- 来訪者は北部(桑名・四日市)から伊勢志摩まで広く分布している。
- インバウンドの流動は関西と愛知からの2つが主要な流れであり、首都圏からの流れは細い。

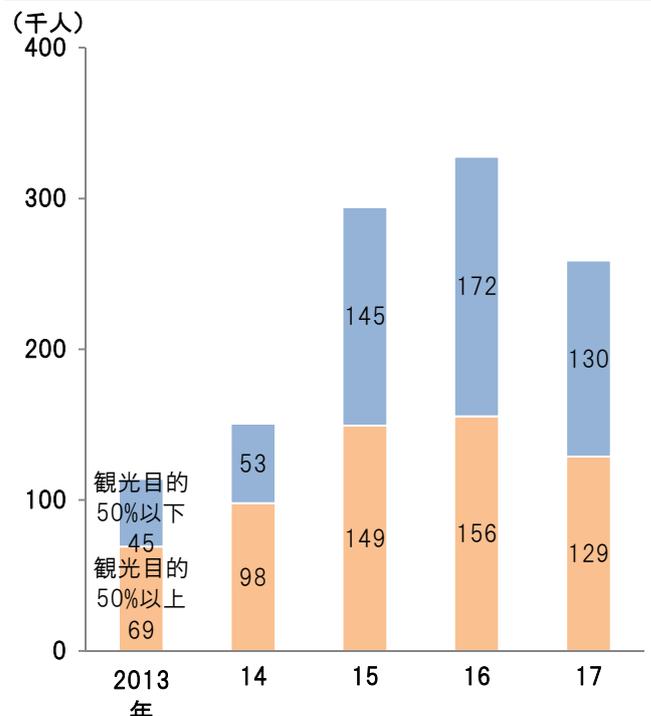
- 三重県のインバウンド宿泊者数は2016年に開催された伊勢志摩サミットに向けて成長し、同年に約33万人に達したが、2017年は減少し、約26万人となっている。県内では津市・志摩市・鳥羽市などが主要な宿泊地となっているが、津市・志摩市ともに2016年をピークに、2017年は宿泊者を大きく減らしている。
- 来訪者は県内に広く分布しており、県北部の桑名市・四日市市から伊勢志摩までが主要な訪問エリアである。一方、南部の熊野市などはいまだインバウンドの獲得に至っていない地域となっている。
- インバウンドの流動は、関西(大阪・京都)と愛知からの来訪がメインであり、東京をはじめとした関東との流動はあまり見られない。

【図表】宿泊者数の推移(県・主要市町村)



出所: 宿泊旅行統計調査

【図表】宿泊者の特性(観光・ビジネス)



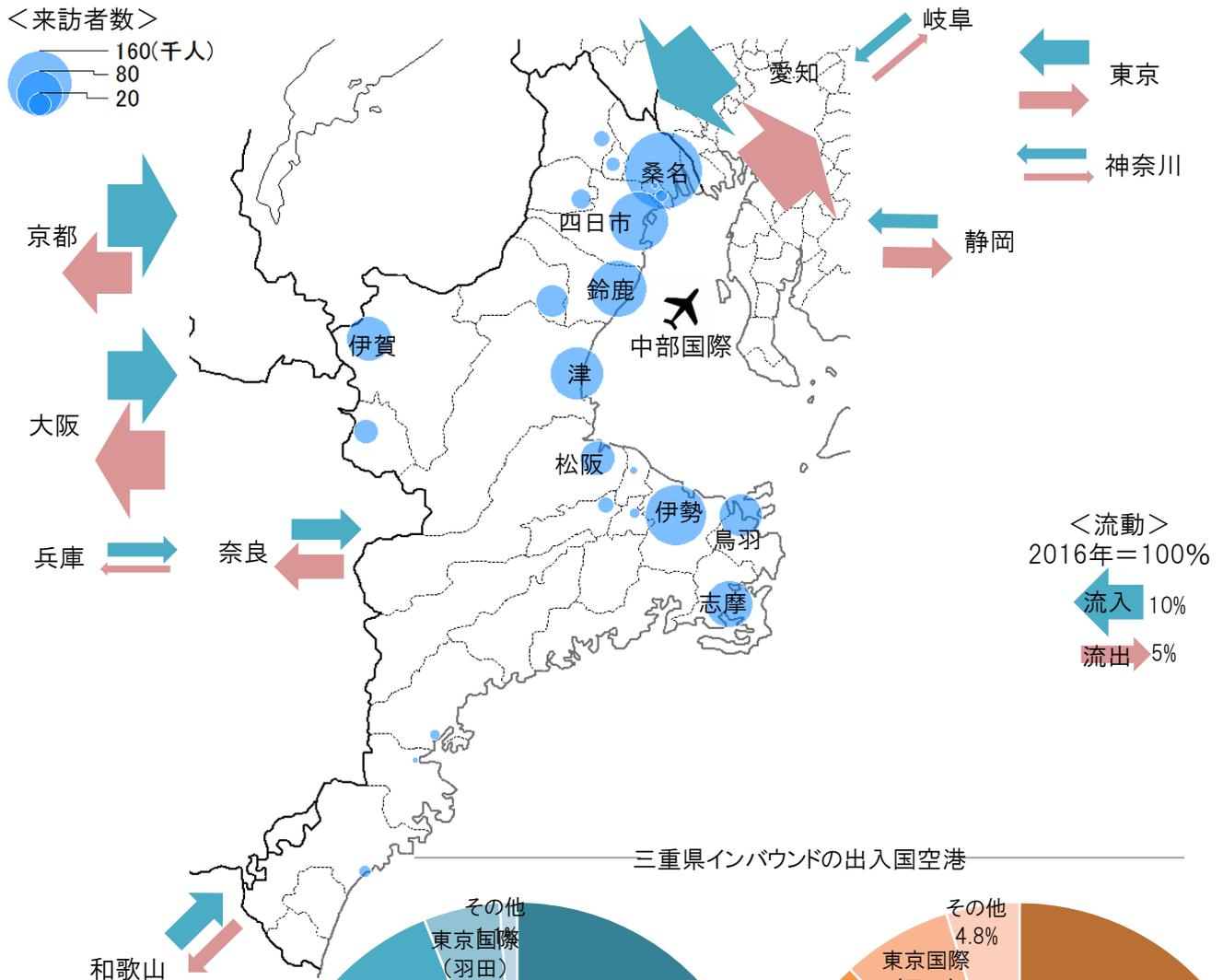
出所: 宿泊旅行統計調査

\*「観光目的50%以上/以下」とは、観光目的の宿泊者が50%以上/以下の施設での宿泊者数を示す。

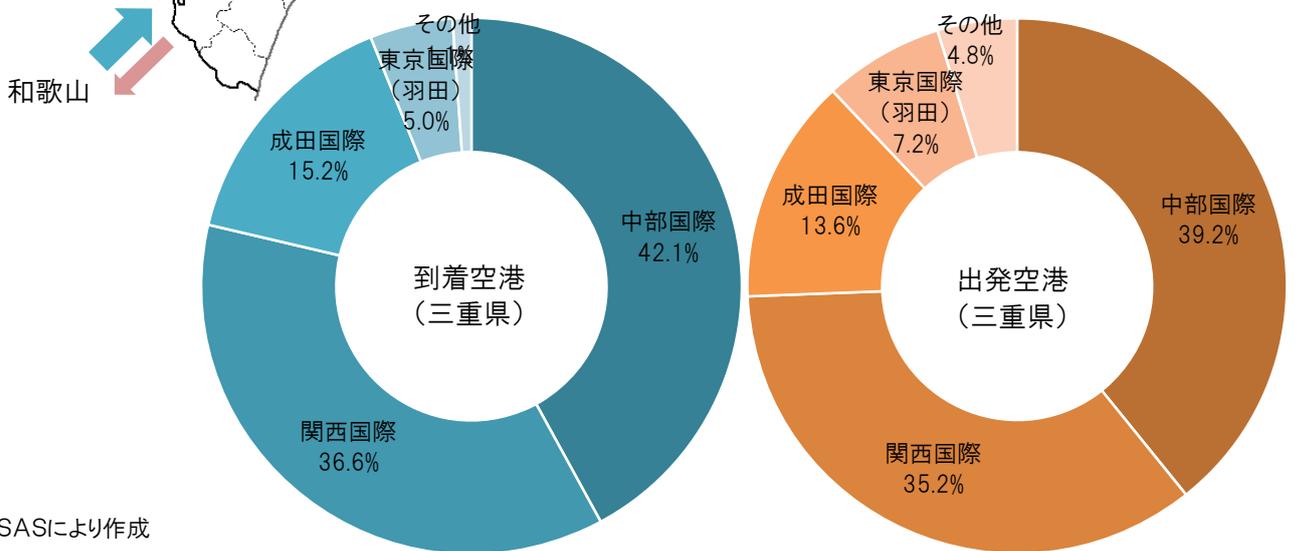


訪問者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数を円のサイズで表示。また、国土交通省「FF-Data」(訪日外国人流動データ)により2016年の三重県への他都府県からの流動について矢印の太さで表示。

【図表】市町村別来訪者数と主要ディステーション



三重県インバウンドの出入国空港



出所:RESASIにより作成

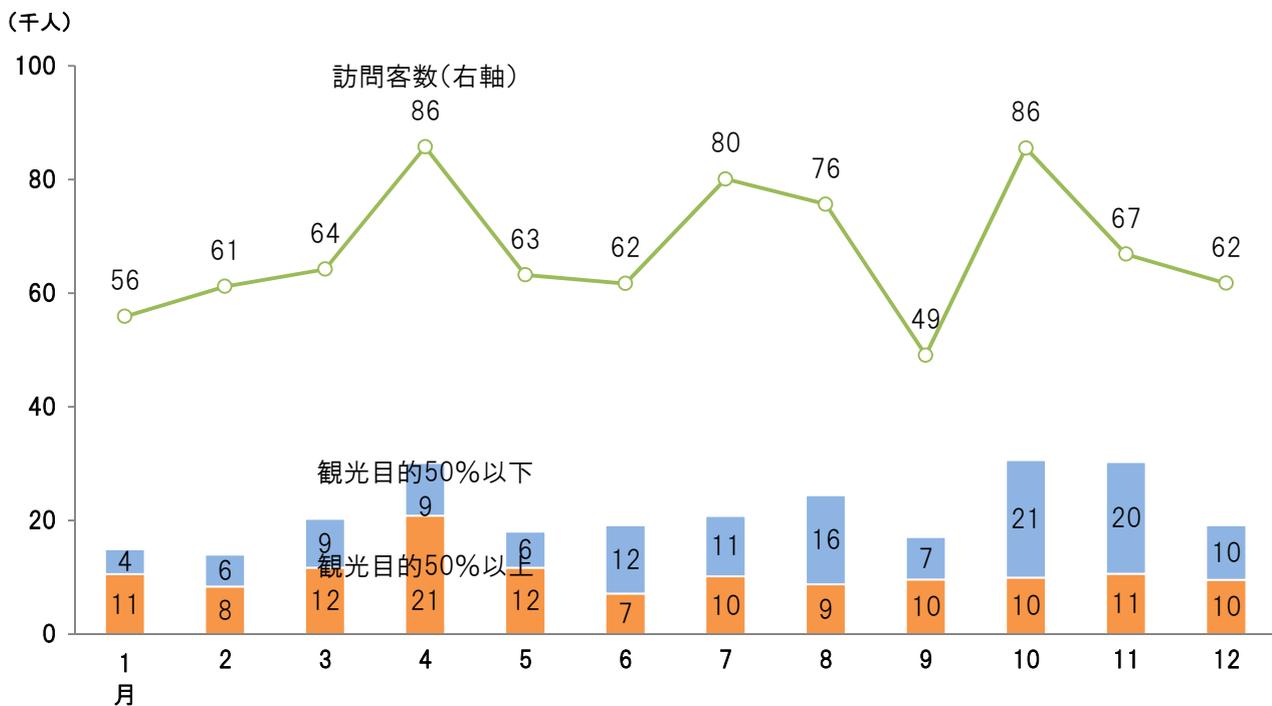
4. 三重県

(4) 季節性:いつ来ているのか？

- 三重県を訪れるインバウンドは、来訪ベースでは月平均約7万人、宿泊ベースでは月平均約2万人である。訪問と宿泊のかい離が大きく、三重県を訪れるものの、宿泊しないという層が多いことが推測される。
- 鈴鹿サーキットのF1グランプリ開催(10月)などのイベントの影響もあり、月別には4月・7月・10月にピークがある。

- 来訪者(モバイル空間統計®、2016年)と延べ宿泊者数(2017年)の月別データから三重県及び主要市部のインバウンド動向を見ると、三重県全体では来訪ベースでは月平均7万人、宿泊ベースでは月平均2万人のインバウンドを獲得している。このように来訪者と宿泊者の数値に大きな開きがあり、三重県の訪問者が他県に宿泊するケースが多いことが推測される。
- 来訪・宿泊の月別動向を見ると、概ね4月、7月、10月に一定のピークがある。10月における来訪者数の増加は、鈴鹿サーキットにおけるF1グランプリの開催の影響が大きいものと思われる。

【図表】月別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)



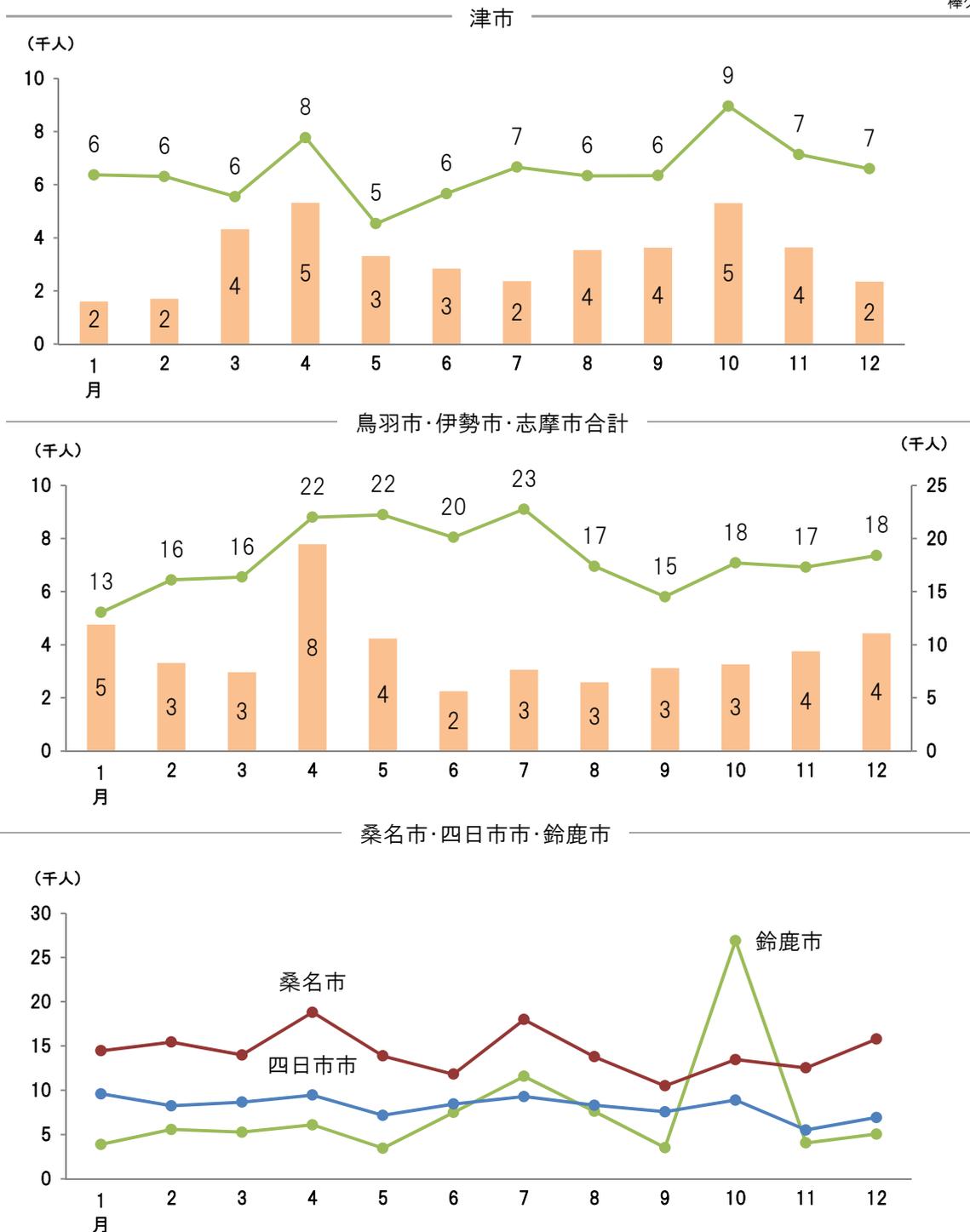
出所: 宿泊旅行統計調査、RESAS



来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数、宿泊者数は2017年の宿泊旅行統計調査から把握しており、両データは調査時点が異なる。そのため、宿泊者数が来訪者数を上回る場合がある。

【図表】月別主要市・地域別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)

線グラフ:来訪者数  
棒グラフ:宿泊者数



出所:宿泊旅行統計調査、RESAS

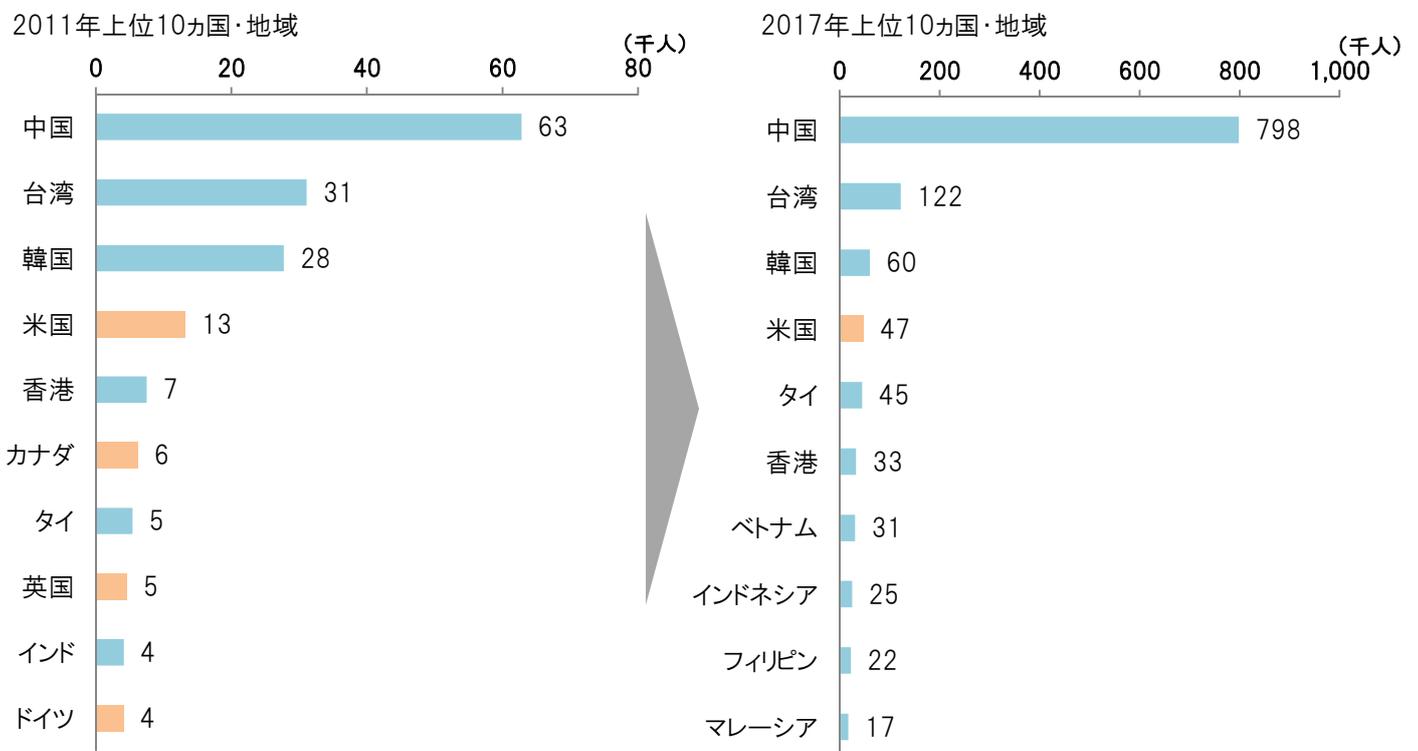
▶ 5. 静岡県

(1) マーケットの状況 :どこから来ているのか？

- 静岡県へのインバウンドは中国・台湾・韓国等のアジアが中心であるが、特に中国のシェアが高い。全国的に見てもアジアへの特化が顕著である。
- 欧米豪の割合は低く、米国からのインバウンドが一部見られるのみである。

- 静岡県のインバウンドは全国・東海4県と同様にアジアが主であるが、その中でもとりわけ中国からのインバウンドが伸びが顕著であり、2011年の6.3万人から2017年は79.8万人と12.7倍に伸びおり、訪問者全体の64%を占めるに至っている。
- この動向は宿泊についても同様であり中国の伸びが顕著である。一方で欧米豪については米国からの宿泊者があるものの、全体的にはアジア(特に中国)への特化・依存度が高い。
- クレジットカードの消費額を見ても、トップ10はすべてアジアの国・地域であり、とりわけ中国の消費額が他を圧倒している。このように消費についても、アジアへの集中と欧米豪のウェイトの低さが特徴となっている。

【図表】国・地域別訪問者数(2011・2017年)

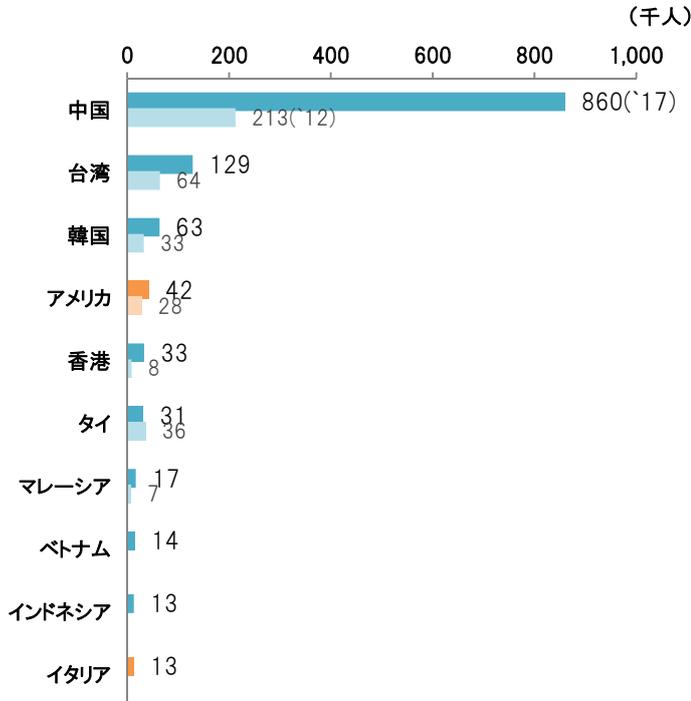


出所:消費動向調査、訪日外客数より推計  
\*アジア諸国を青、欧米豪をオレンジで色付け



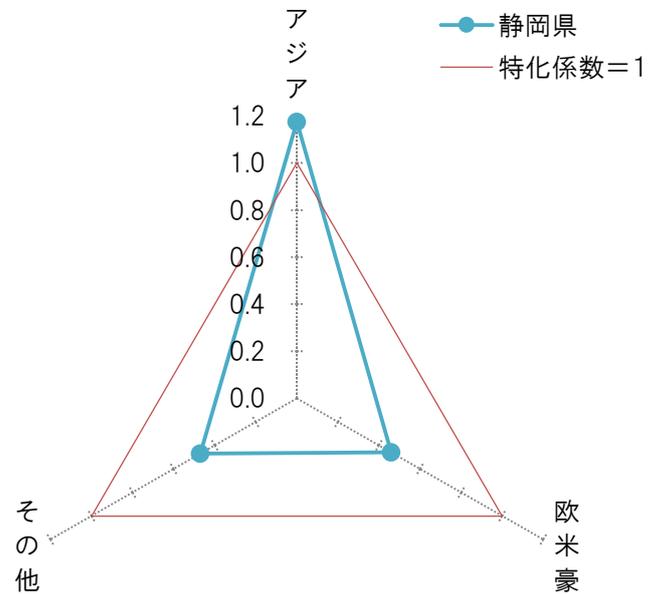
特化係数:特定の数値(例:述べ宿泊者数)について、静岡県における特定の地域(例:アジア)の構成比を全国での構成比で除したもの。1以上であれば、静岡県が全国より同地域への集中度が高い=「特化」しているといえる。

【図表】国・地域別宿泊客数(2012・2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

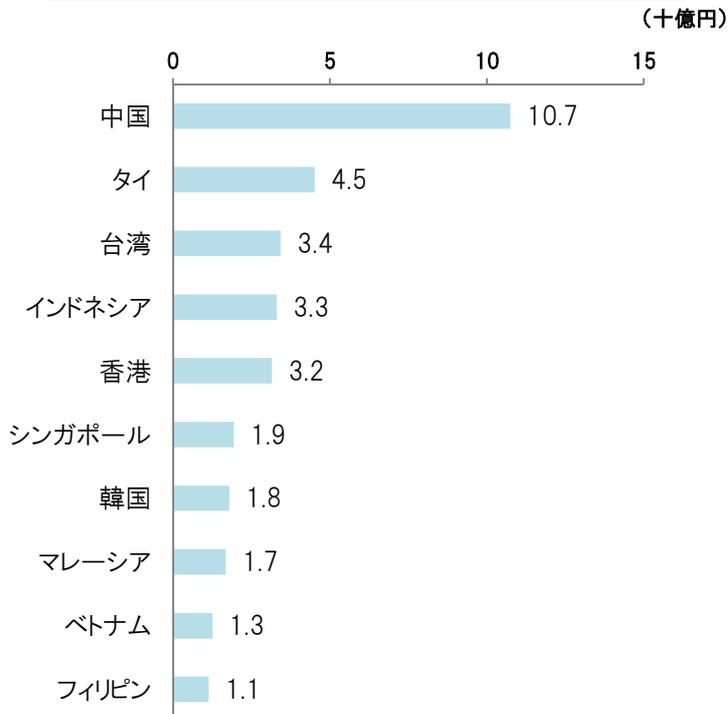
【図表】国・地域別特化係数(2017年)



出所:宿泊旅行統計調査

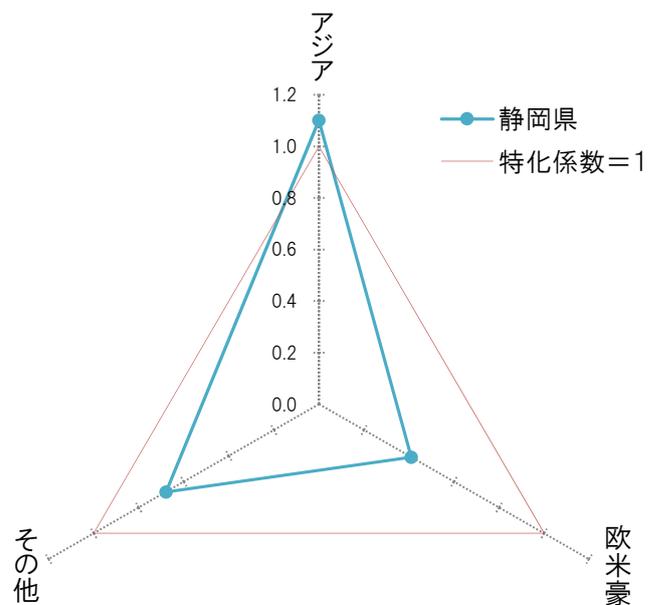
\* 赤の線(特化係数=1)のラインより外であれば特化係数が1以上、内側であれば特化係数は1以下となる。特化係数については、本ページ上段を参照。

【図表】国・地域別消費額(2015年)



出所:RESAS

【図表】国・地域別消費額特化係数(2015年)



出所:RESAS

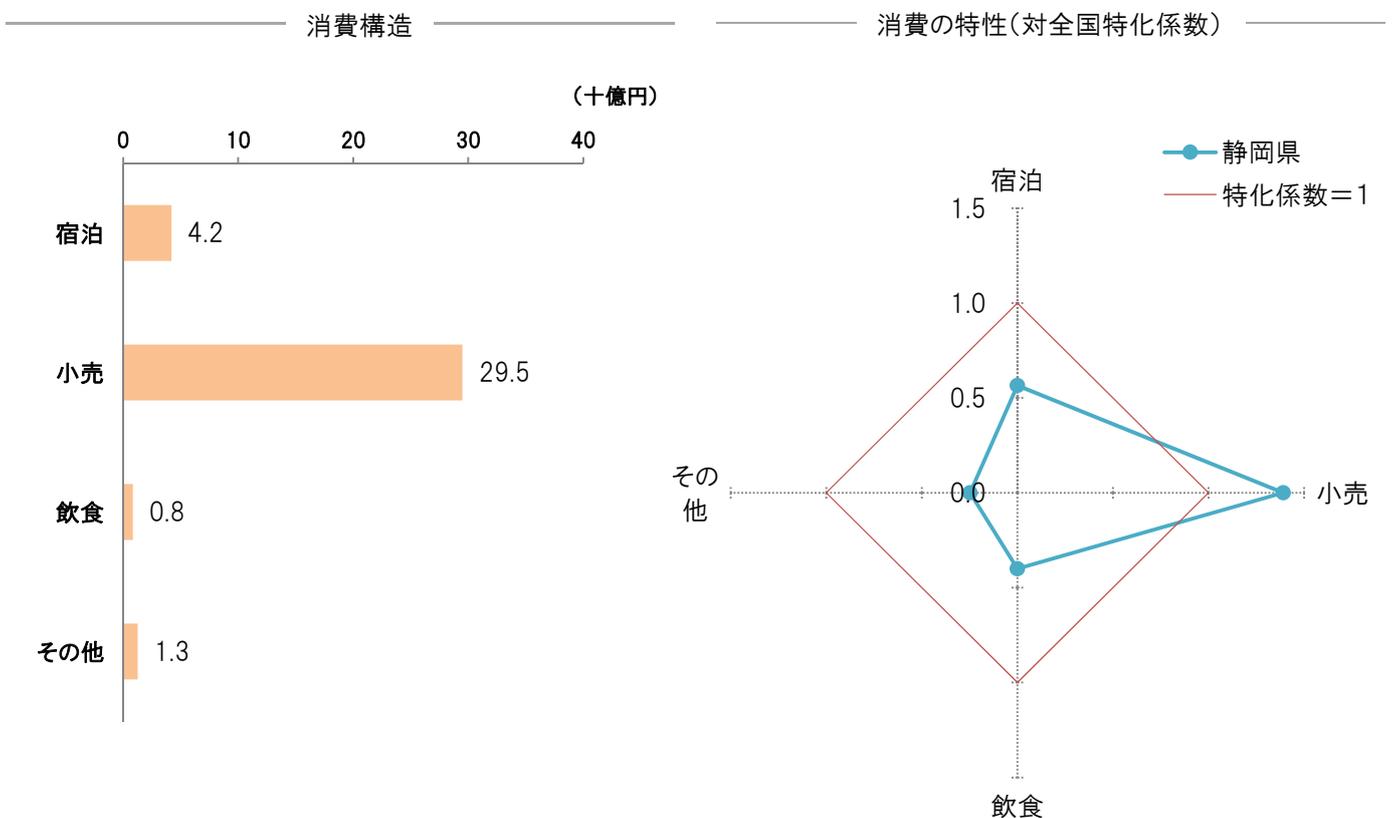
5. 静岡県

(2) 消費特性:どのように消費しているのか？

- 静岡県のインバウンド消費額は約358億円(2015年、クレジットカード利用ベース)である。消費構造は小売への特化が著しく、宿泊のウェイトは相対的に低い。
- アジア・欧米豪ともに消費構造としては、小売のウェイトが高いことが特徴である。

- まち・ひと・しごと創生本部によるRESAS(地域経済分析システム)が提供するインバウンドのクレジットカードの消費額データによると、2015年の静岡県でのインバウンド消費額は約358億円である。
- この358億円のうち82%の約295億円は小売で消費されているが、この水準は全国的に見ても非常に高く、宿泊・飲食などは相対的に低い水準となっている。この背景となっているのが、アジアからのインバウンドに人気の高い御殿場市に立地するアウトレットモールである。
- 欧米豪からのインバウンドについても、小売のウェイトが高いことが特徴であり、アウトレットモールの集客力はアジア以外のインバウンドにも及んでいることが推測される。

【図表】インバウンドの消費動向(全体)

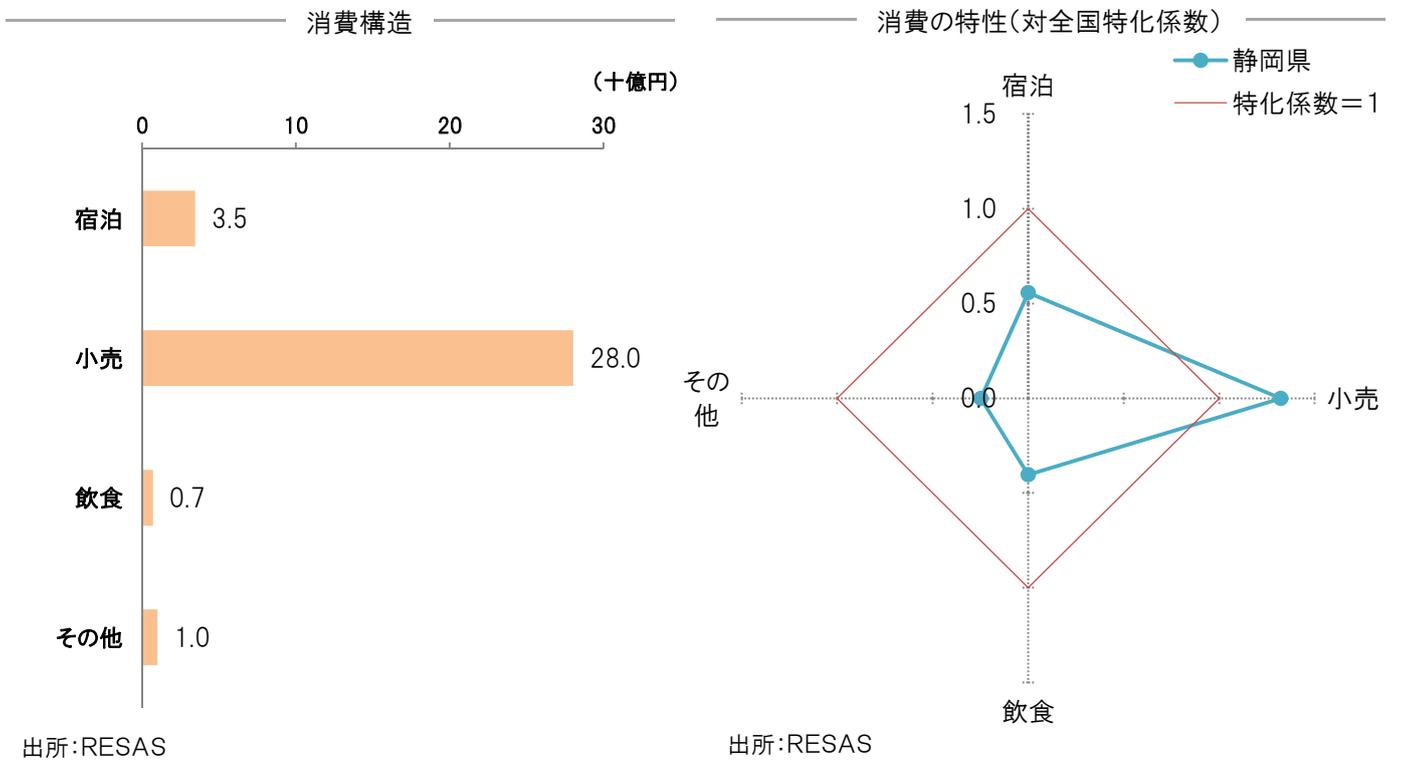


出所:RESAS

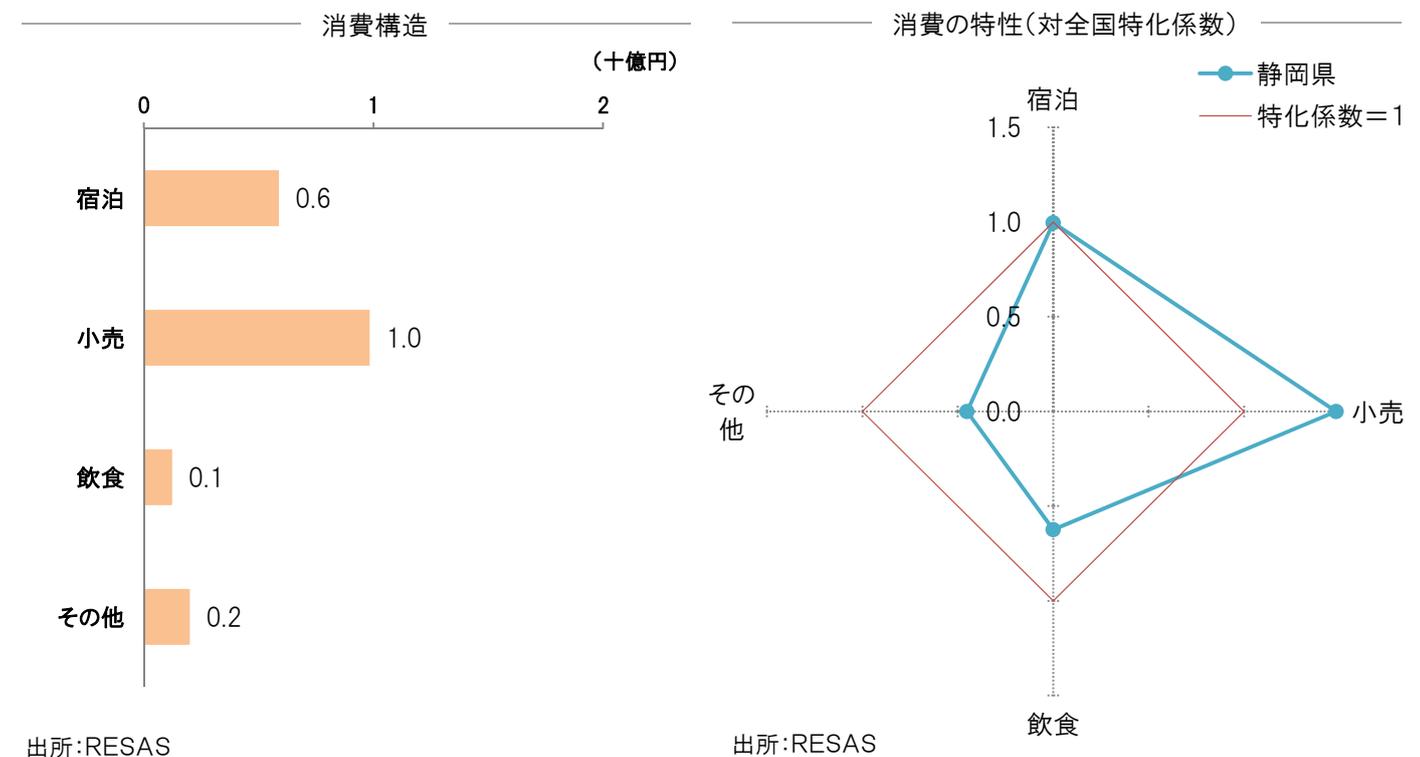


インバウンドの日本国内での消費額を正確に把握するデータはなく、P4で示した旅行消費額も訪日外国人消費動向調査からの推計値であり、かつ都道府県別や国・地域別といった分析には適していない。ここでは現時点で一般的に入手可能かつ都道府県別及び国・地域別に把握可能なデータであるRESASのクレジットカードの消費額データをインバウンドの消費額として分析している。

【図表】国・地域別消費動向(アジア)



【図表】国・地域別消費動向(欧米豪)



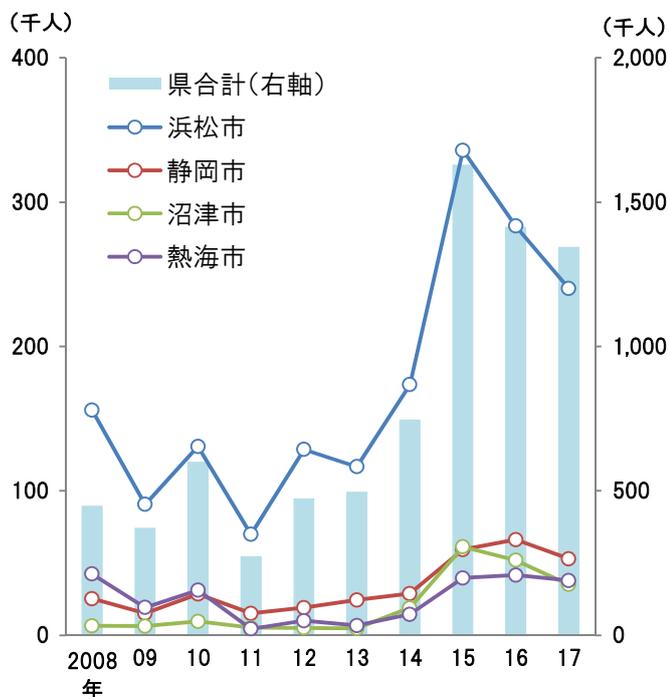
5. 静岡県

(3) 訪問地と訪問ルート:どこに、どのように来ているのか？

- 県内シェアは宿泊ベースでは浜松市が高い状況にあるが、2015年をピークに2016・2017年と大幅に宿泊客が減少している。来訪者ベースでは、アウトレットモールのある御殿場市が最も多く、御殿場市以外では静岡市・浜松市・伊豆地方が主要な来訪先である。
- インバウンドの流動は東京からが圧倒的に多く、これに関西・愛知が続く。いわゆるゴールデンルートの立ち寄り先の位置づけが強い。

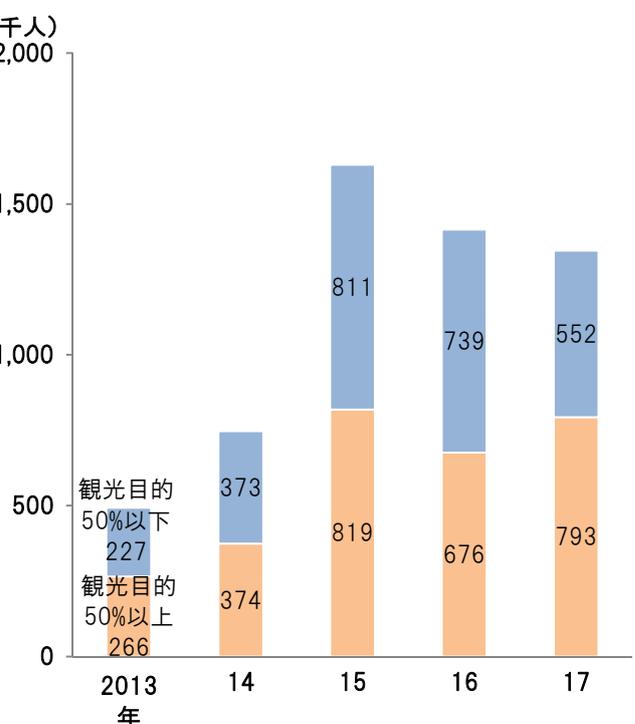
- 静岡県のインバウンド宿泊者数は2014年から2015年にかけて大幅に増加し163万人に達したが、その後減少に転じ、2017年は135万人となっている。県内では浜松市が高いシェアを持つが、県全体と同様に2015年をピークに宿泊者は減少している。
- 来訪者数では、先述したアウトレットモールが立地する御殿場市が県内でもっともインバウンドを集めており、静岡市・浜松市・伊豆地方の各市町村が御殿場市に続く状況である。
- インバウンドの流動は、東京をはじめとした関東からが圧倒的に多い状況であり、東京から日帰りでアウトレットモールに買い物に来るといった流れが県全体の数値に大きく影響を与えているものと見られる。

【図表】宿泊者数の推移(県・主要市町村)



出所:宿泊旅行統計調査

【図表】宿泊者の特性(観光・ビジネス)



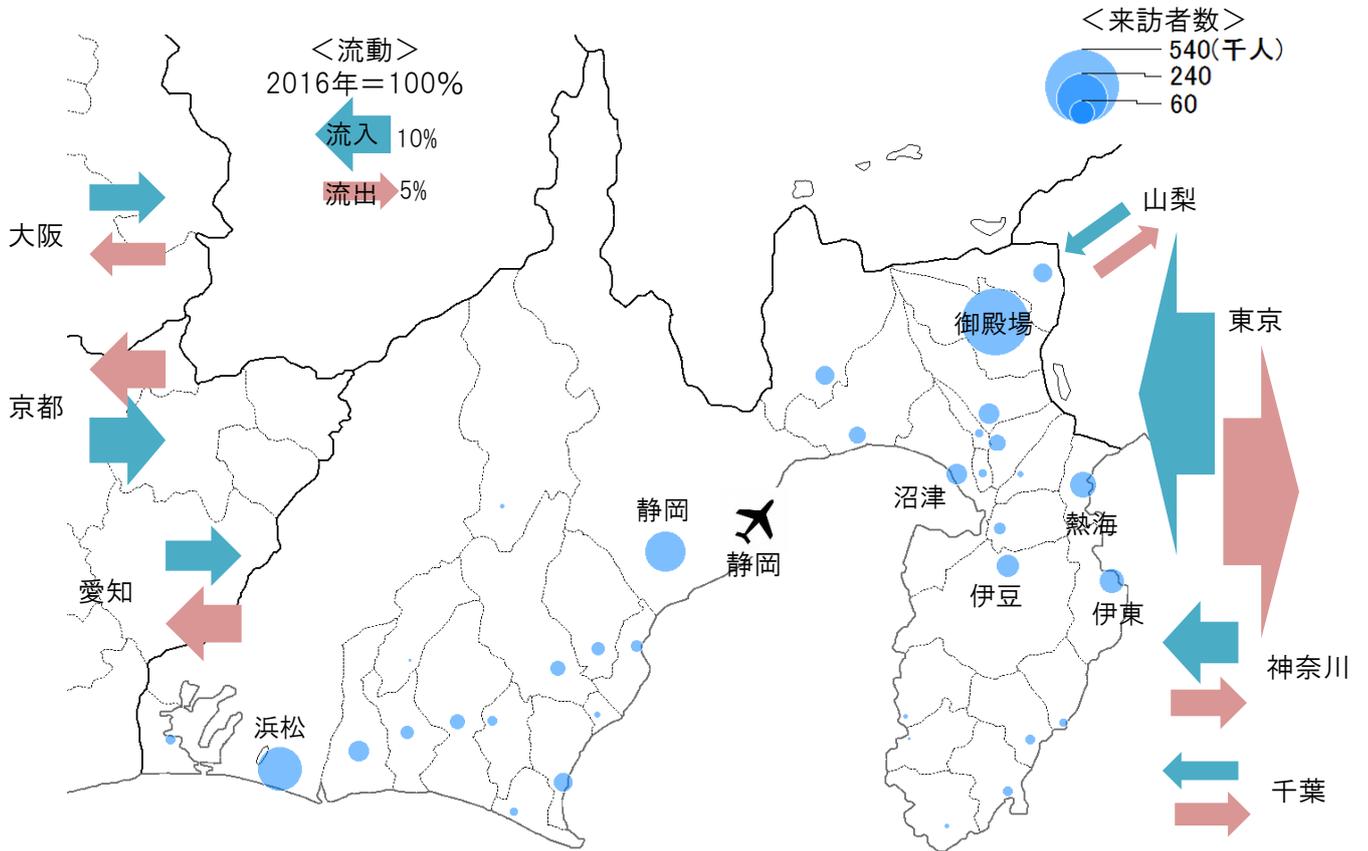
出所:宿泊旅行統計調査

\*「観光目的50%以上/以下」とは、観光目的の宿泊者が50%以上/以下の施設での宿泊者数を示す。

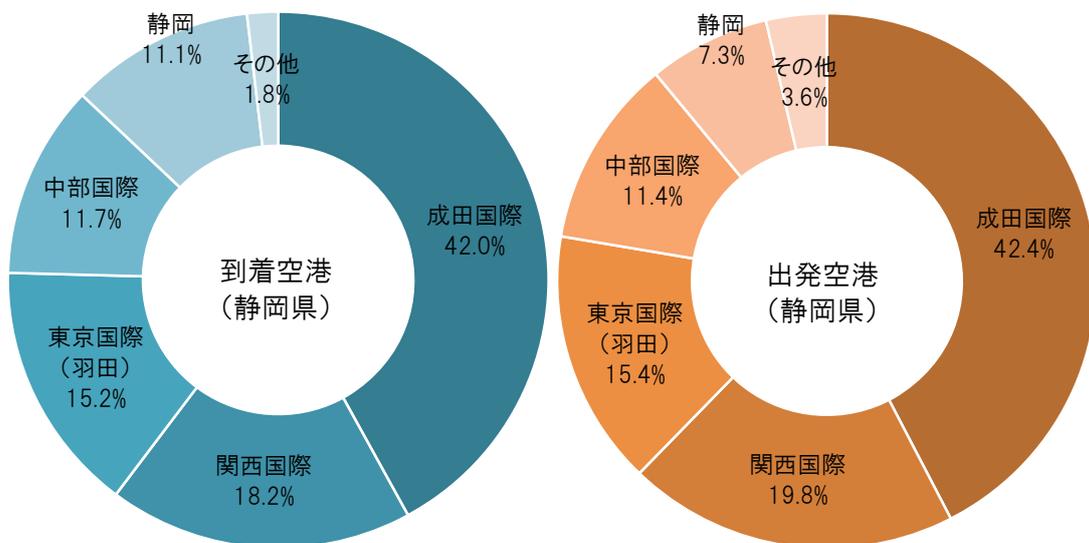


訪問者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数を円のサイズで表示。また、国土交通省「FF-Data」(訪日外国人流動データ)により2016年の三重県への他都府県からの流動について矢印の太さで表示。

【図表】市町村別来訪者数と主要ディステーション



静岡県インバウンドの出入国空港



出所:RESASにより作成

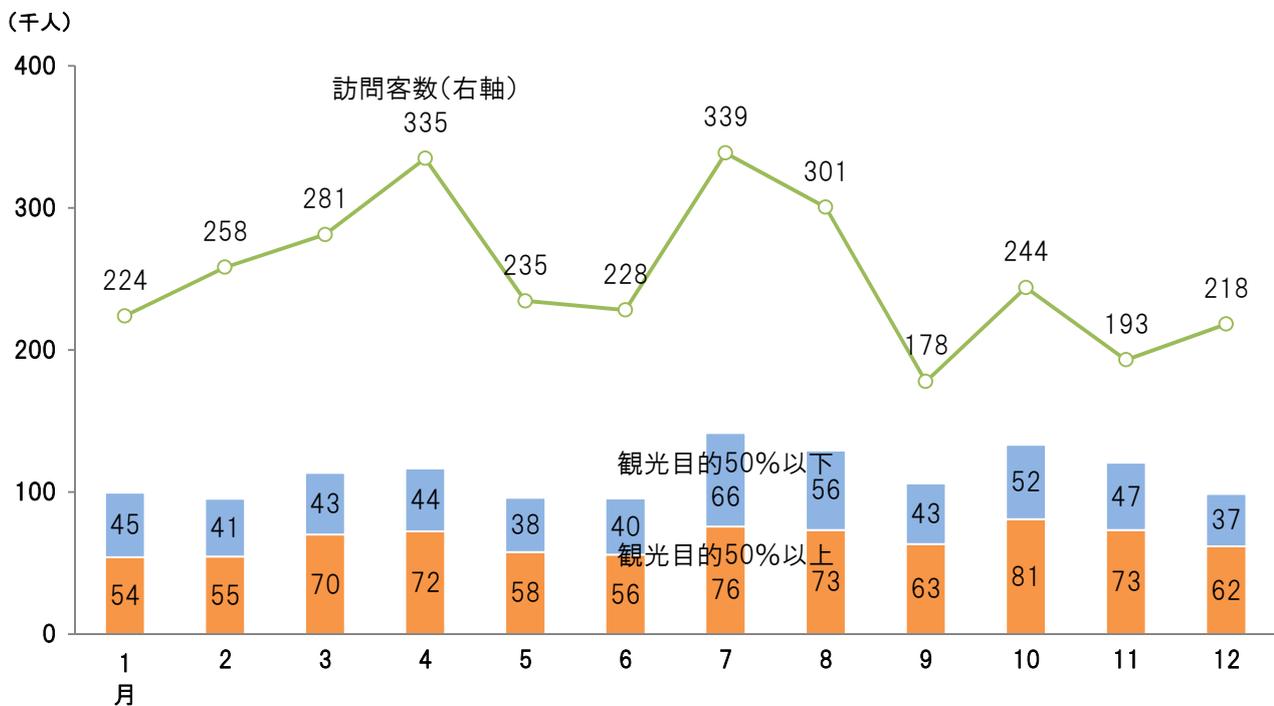
▶ 5. 静岡県

(4) 季節性:いつ来ているのか？

- 静岡県を訪れるインバウンドは、来訪ベースでは月平均24万人、宿泊ベースでは月平均約11万人である。来訪と宿泊のかい離が大きく、静岡県を訪れるものの、宿泊しないという層が多いことが推測される。
- 月別には4月と7月に来訪者の大きなピークが見られる。これは県内の主要来訪地に概ね共通する傾向である。

- 来訪者(モバイル空間統計®、2016年)と延べ宿泊者数(2017年)の月別データから愛知県及び主要市部のインバウンド動向を見ると、静岡県全体では来訪ベースでは月平均24万人、宿泊ベースでは月平均11万人のインバウンドを獲得している。来訪者と宿泊者のかい離が大きく、御殿場で買い物はするが静岡県内には宿泊しないといったような観光行動が多く取られていることが推測される。
- 来訪者のピークは4月と7月である。これは浜松市・御殿場市・伊豆地方などに概ね共通している傾向である。

【図表】月別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)



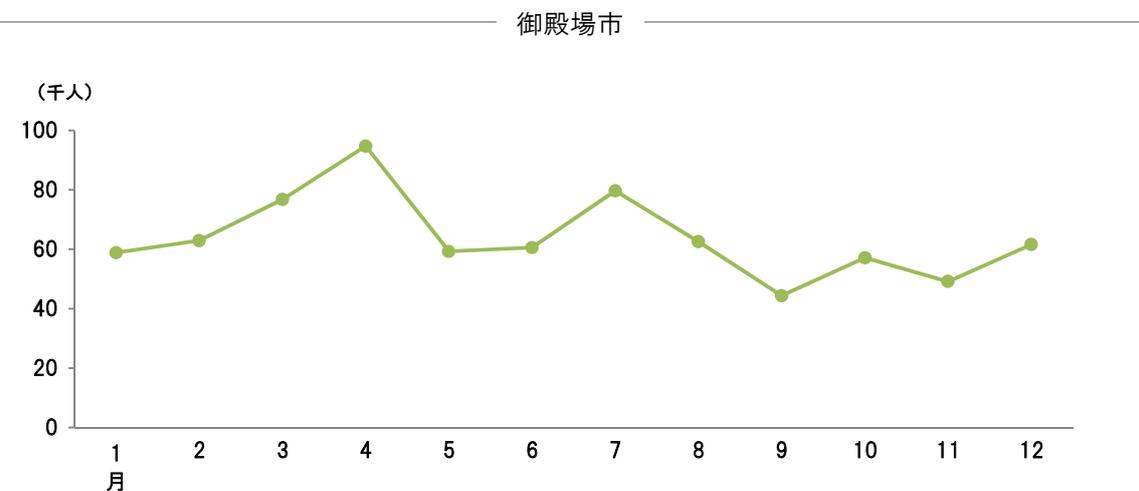
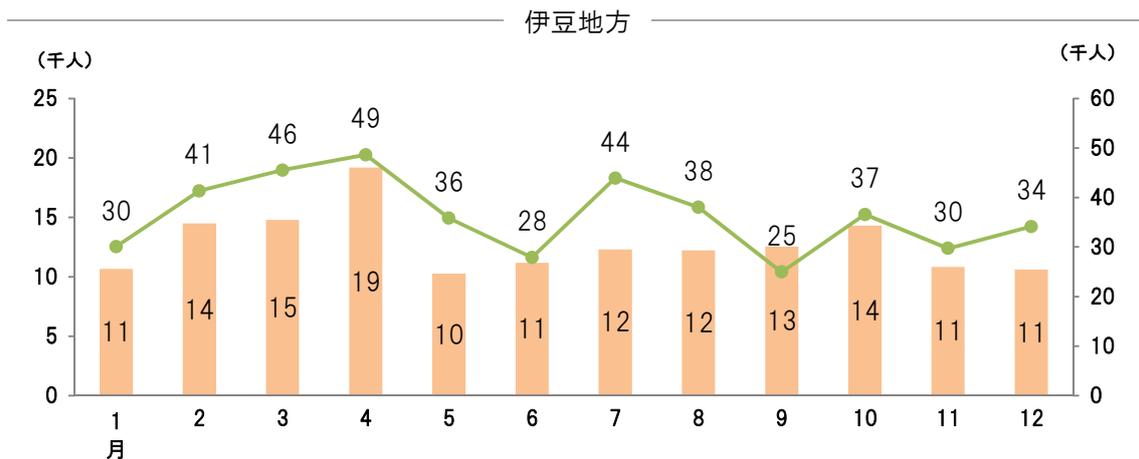
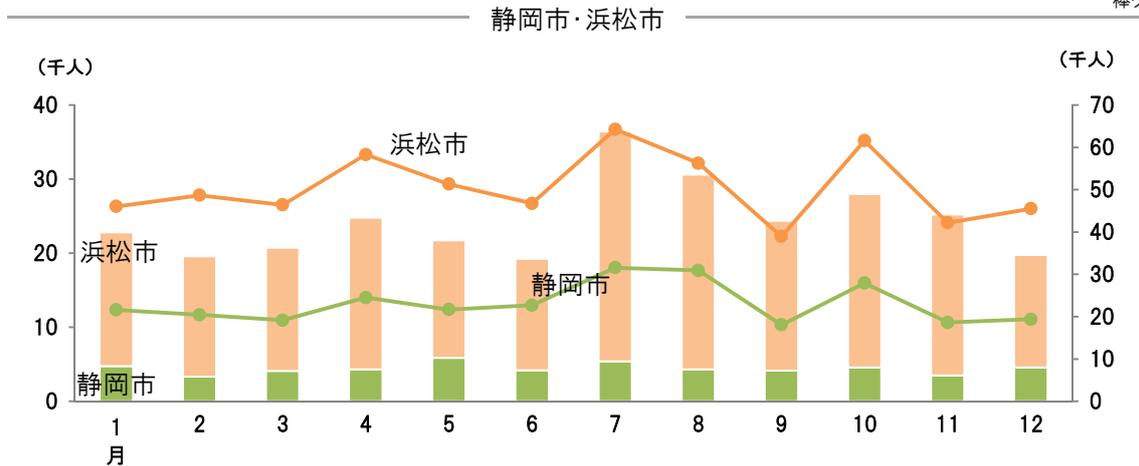
出所: 宿泊旅行統計調査、RESAS



来訪者数は(株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」により2016年の昼間帯(10~18時)に各市町村に2時間以上滞在した延べ人数、宿泊者数は2017年の宿泊旅行統計調査から把握しており、両データは調査時点が異なる。そのため、宿泊者数が来訪者数を上回る場合がある。

【図表】月別主要市・地域別来訪者数(2016年)・宿泊者数(2017年)

線グラフ:来訪者数  
棒グラフ:宿泊者数



出所:宿泊旅行統計調査、RESAS

## テーマ1 まとめ

- 我が国のインバウンドマーケットはアジアからのインバウンドを中心に、首都圏・関西圏を2つの集客の核として成長を続けてきているが、東海4県については成長にブレーキがかかっている可能性がある。
- 今後よりインバウンドマーケットの成長が期待される中、東海4県は全国各地との競争を勝ち抜くための戦略と実行が試される正念場にある。

### ■「アジア」「関東・関西」をドライバーに成長が続く我が国インバウンドマーケット

- 2017年の訪日外客数は2,869万人、旅行消費額は4.4兆円、宿泊者数は7,800万人とそれぞれ過去最高を記録。政府では、2020年4,000万人、旅行消費額8兆円という目標達成に向けて施策を展開しているところである。これまでマーケットの成長を支えてきたのが中国・韓国・台湾・香港といった東アジアの国・地域であり、近年は東南アジアからのインバウンドも増加している。また、比較的滞在日数が長く・平均消費単価も高い欧米豪インバウンドもいまだウェイトは少ないものの徐々に存在感が高まっている。
- また、国内地域に目を向けると、インバウンドは関東・関西の2地域に集中しており、この2地域がマーケットをけん引してきたといえる。近年、北海道・九州・東海をはじめとした地方へのインバウンドの流れは強まってはいるものの、いまだ両地域のボリュームには遠く及んでいない。

### ■東海4県のインバウンドマーケットは成長にブレーキがかかっている可能性あり

- 東海4県の2017年の訪問者数は約480万人と過去最高を記録したと見られるが、述べ宿泊客数は約530万人と2015年の約540万人から減少している。各県別宿泊客数は、愛知県のみは増加であったが、岐阜・三重・静岡の各県では減少に転じている。
- 東海4県を訪れるインバウンドの発地は、中国・韓国・台湾・香港をはじめとしたアジアであり、特に中国が伸び・シェアともに高い状況にある。全国的に伸びている欧米豪インバウンドも伸びてはいるものの、全国的に見ると、そのシェアは低く、アジア(中国)への特化・依存が強い。その中で岐阜県のみは飛騨地方を中心に欧米豪からのインバウンドを多く獲得している。
- 東海4県各県のインバウンド来訪状況や消費構造はそれぞれ特徴があるが、総体的に見て、経済規模に比べ、わが国のインバウンドマーケットにおけるシェアは低く、宿泊客の減少に示されるようにマーケットの成長にブレーキがかかっている状況にある。地域全体としてインバウンドの活性化に向けた正念場にあると言えるだろう。

### ■東海4県では、いま一度、成長へ向けたアクセルを吹かせることが必要

- 今後は東京五輪やIRの整備などのビッグイベント・プロジェクトが控えており、我が国のインバウンドマーケットにはさらなる成長が期待できる状況にあるが、これらを契機にさらに地方間でのインバウンド獲得競争が激しくなることは必至である。
- このような環境下で現在成長にブレーキがかかっている東海4県は、各県・地域のポテンシャルの再検討と顧客起点のサービス開発などにより成長へのアクセルを吹かせることが求められている。

## 【参考】インバウンド観光データについて

- インバウンド関連のデータには様々な種類があるが、国・都道府県・市町村という地域別、訪問者の国・地域、消費・宿泊などの各項目を統一的に把握できるデータは存在しない。そこで、本レポートでは、「来た人」「宿泊した人」「使ったお金」について各種データを用いて多角的な整理を試みている。

	全国	都道府県	市町村
来た人	訪日外客数	訪問者	来訪者
	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」</li> <li>□ 都道府県別データはなし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：JNTO「訪日外客数」・観光庁「訪日外国人消費実態調査」から推計</li> <li>□ 推計方法：訪日外客数(国別)×都道府県訪問率(国別)の合計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：RESAS(観光マップ「外国人滞在分析」)</li> <li>□ (株)NTTドコモ、(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計<sup>®</sup>」の「昼間帯(10～18時)」に各市町村に2時間以上滞在した人数</li> </ul>
<p>* 複数都道府県に訪問した人がいるため、各都道府県の訪問者数の合計(全国の訪問者数)は延べ人数となる。そのため、合計は訪日外客数と一致しない。</p> <p>* 都道府県毎の訪問者数は、その構成する市町村の来訪者数の合計(県の来訪者数)とは一致しない。</p>			
宿泊した人	延べ宿泊者数	延べ宿泊者数	延べ宿泊者数
	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」</li> <li>□ 都道府県別データあり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」</li> <li>□ 全市町村のデータはなく、宿泊施設・観光資源を有する主要市町村のみが公表されている</li> </ul>
<p>* 全国の延べ宿泊者数は、都道府県の延べ宿泊者数の合計と一致する。</p> <p>* 市町村については、宿泊施設・観光資源を有する主要市町村のみが公表されているため、公表されている市町村の延べ宿泊者数の合計は、各都道府県の延べ宿泊者数とは一致しない。</p>			
使ったお金	観光消費額	インバウンド消費額	<データなし>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」により観光庁推計</li> <li>□ 都道府県別データはなし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 出所：RESAS(観光マップ「外国人消費の比較(クレジットカード)」)</li> <li>□ ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社のカードデータを再編加工したもの(現金・デビットカード決済は含まず)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 現時点で公表ベースで取得できるデータはない</li> </ul>
<p>* 全国の観光消費額(2017年4.4兆円)は、各都道府県のインバウンド消費額の合計(2015年2.4兆円)とは、データが異なるため一致しない。</p> <p>* 市町村別の消費額のデータは、全国一律で把握できるものは、公表ベースでは存在しない。</p>			

## 執筆責任者

---

株式会社日本政策投資銀行  
東海支店

埴 賢治  
小沢 良平  
谷口 泰子  
柏野 文

株式会社日本経済研究所  
ソリューション本部

倉本 賢士  
丸山 孝司

©Development Bank of Japan Inc.2018

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

なお本調査に関するお問い合わせ等は、以下の連絡先までご連絡ください。

(株式会社日本政策投資銀行) 〒450-6420 愛知県名古屋市中村区名駅三丁目28番12号  
(大名古屋ビルヂング)  
TEL052-589-6891

(株式会社日本経済研究所) 〒101-0004 東京都千代田区大手町一丁目9番2号  
(大手町フィナンシャルシティグランキューブ)  
TEL03-6214-4602(ソリューション本部)