

急増するアジアの観光客への対応策

平成26年1月

一般社団法人 新宿区中小企業診断士会

平山 薫

概要

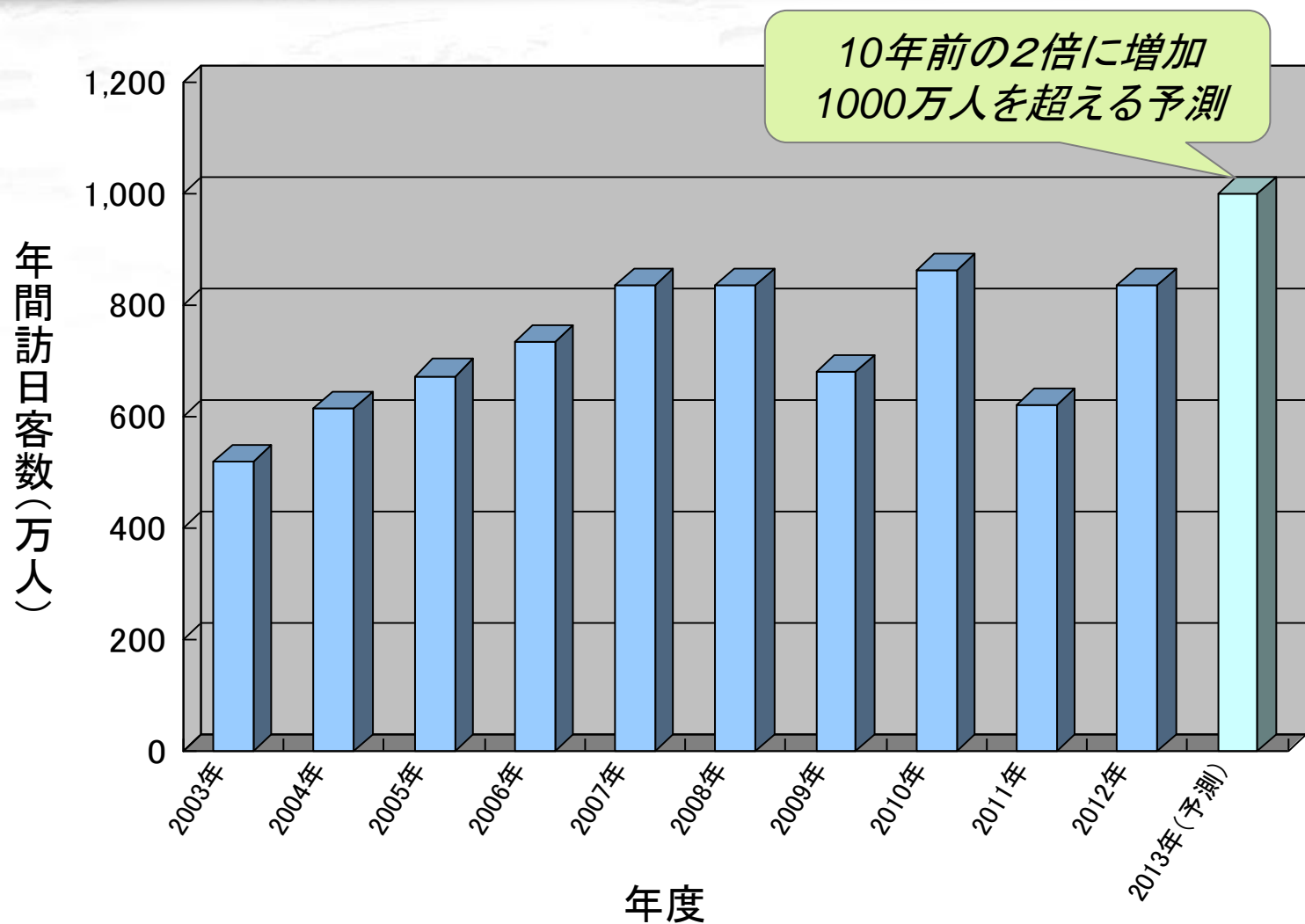
政府観光庁による「ビジット・ジャパン」戦略、富士山や日本食の世界遺産登録などを追い風に、2013年度の訪日客数は1000万人を超える勢いとなっている。

中でも新宿は、訪日客が訪れる都市として毎年トップとなっており、巨大なマーケットとなっている。

しかし、訪日客を誘致する「情報戦略」は各国の都市に比べても脆弱である。

そこで、新宿における商工観光産業の活性化に向けて、訪日客を効果的に誘致する「情報戦略」として、観光サイトのリニューアルについて提案する。

訪日客数の増加



出典：日本政府観光局(JNTO)のデータから作図

訪日客数の動向

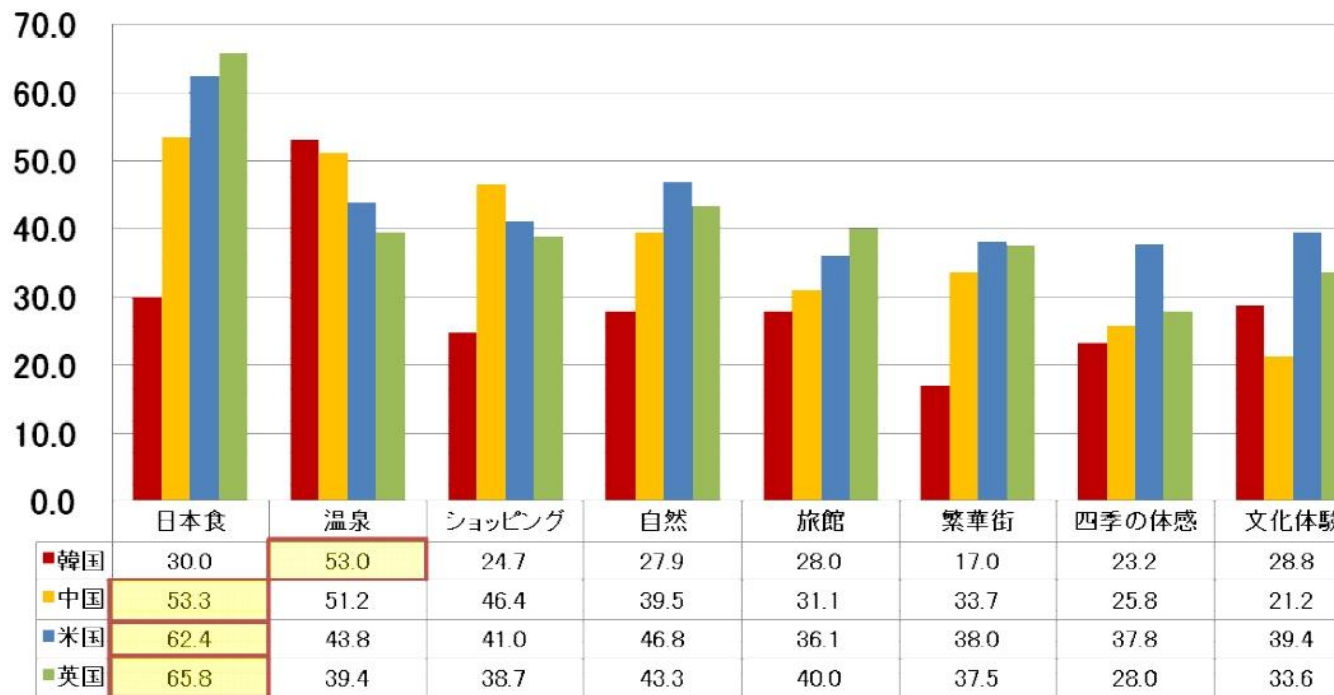
- 政府観光局の推計によると、アジア諸国の本年1～8月の訪日客数は、前年比23%増の約523万人で中国が減少しているが、韓国、台湾、香港は大幅に伸長している。
- 政府が注力している東南アジア6カ国(タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、フィリピン、ベトナム)からの1～8月の訪日客数は、前年同期間比40.2%の約67万人であり、中国の83万人に迫っている。
- 急増の要因は、ビザの取得の免除(タイ、マレーシア、インドネシア)数次ビザの発給(ベトナム、フィリピン、インド等)である。



今年度の訪日客数は1000万人突破する見込みである

訪日動機(訪日外国人全体)

| 全体 | |
|---------------|-------|
| 2011(N=8,222) | |
| 日本食 | 53.3% |
| 温泉 | 46.9% |
| ショッピング | 40.1% |
| 自然 | 39.0% |
| 旅館 | 32.5% |

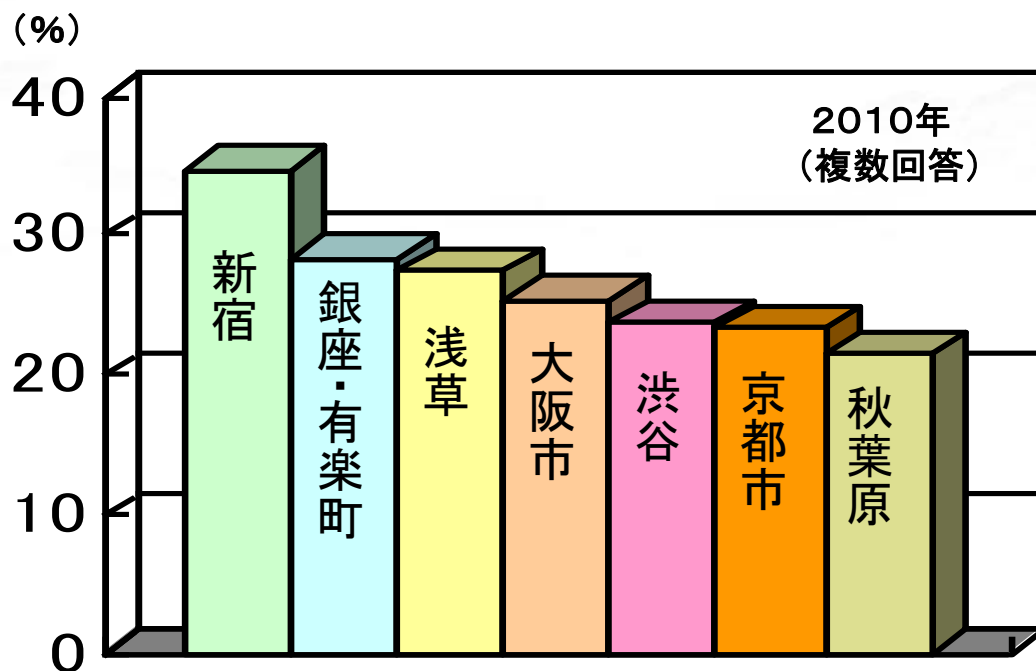


出典:観光庁訪日外国人消費動向調査 平成23年(項目:次回訪日の際にしたいこと)

訪日外国人全体では、日本食、温泉、ショッピングなどが多い

都市・観光地別訪問率

外国人観光客の主な訪問地は、



出典：日本政府観光局(JNTO)のデータから作図

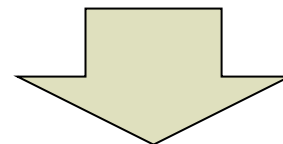
7年連続で、新宿が第1位で

外国人観光客の 約35%が新宿に来る

アジアの国別・外国人観光客の特性

| 国 | 訪問の目的 | 人気スポット | 平均消費額 | 備考 |
|--------|-----------------------|-----------------------|--------|-----------------|
| インドネシア | ①買い物 ②風景や自然 | 家電量販店、ユニクロ 富士山 | 12.1万円 | 華人が多くハラルは気にしない |
| マレーシア | ①日本のライフスタイル ②風景や自然 | 川越、鎌倉 日光、十条など古い日本 | 11.2万円 | ほぼ華人、マレー人はハラル対策 |
| シンガポール | ①日本の食事 ②風景や自然 | 本物の日本食 鎌倉、日光 | 12.3万円 | 都会は嫌い |
| タイ | ①日本の食事 ②風景や自然 | デパート、スーパー | 11.4万円 | 菓子3割、衣料品、医薬品 |
| 中国 | ①日本の食事 ②買い物 | ラーメン店 マツキヨ 歌舞伎町 | 16.1万円 | 英語話せない、マナー悪い |

出典：(株)アジアクリック資料

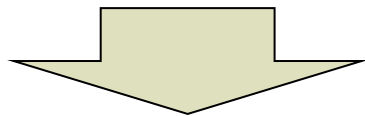


アジアからの観光客の平均消費額は10万円以上と高い

新宿にとっての外国人マーケット規模

- 2013年外国人観光客数予測:1,000万人
- 新宿を訪れる外国人観光客数予測:348万人
- 平均滞在日数:都内3.61日
- 平均消費額:9.9万円
- 新宿で使ってくれる可能性のある金額:2.7万円

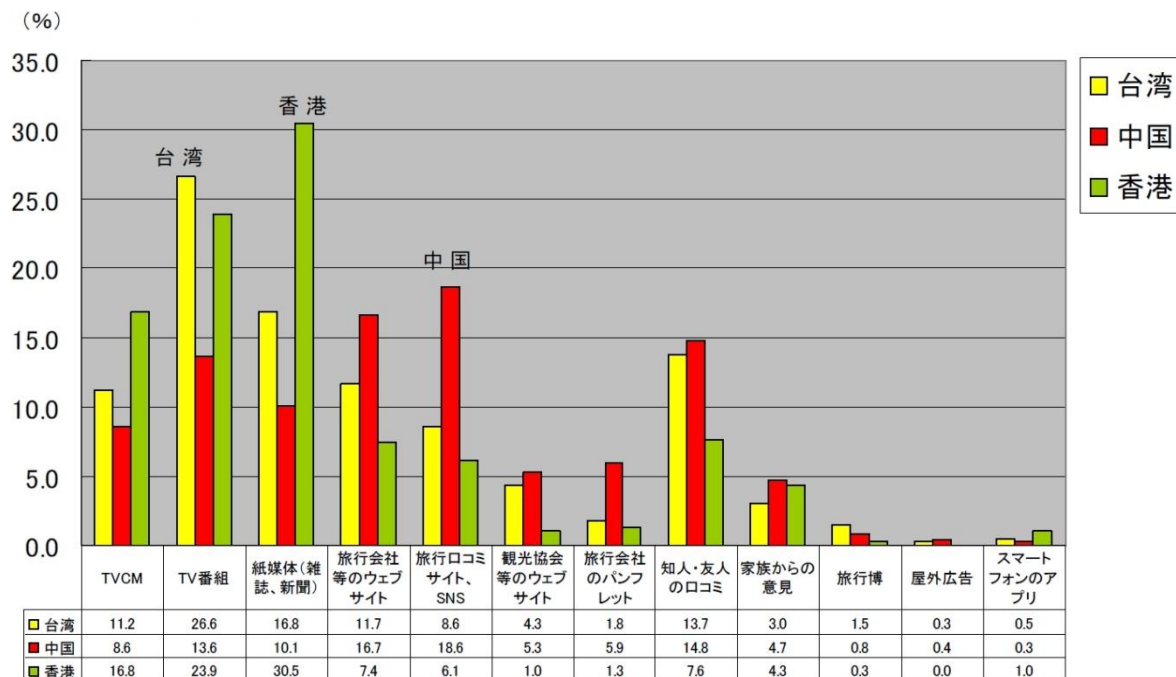
出典: 日本政府観光局(JNTO)



新宿にとっての外国人マーケット規模は、8073億円(年間)

外国人観光客の情報収集方法

外国人観光客の情報収集方法

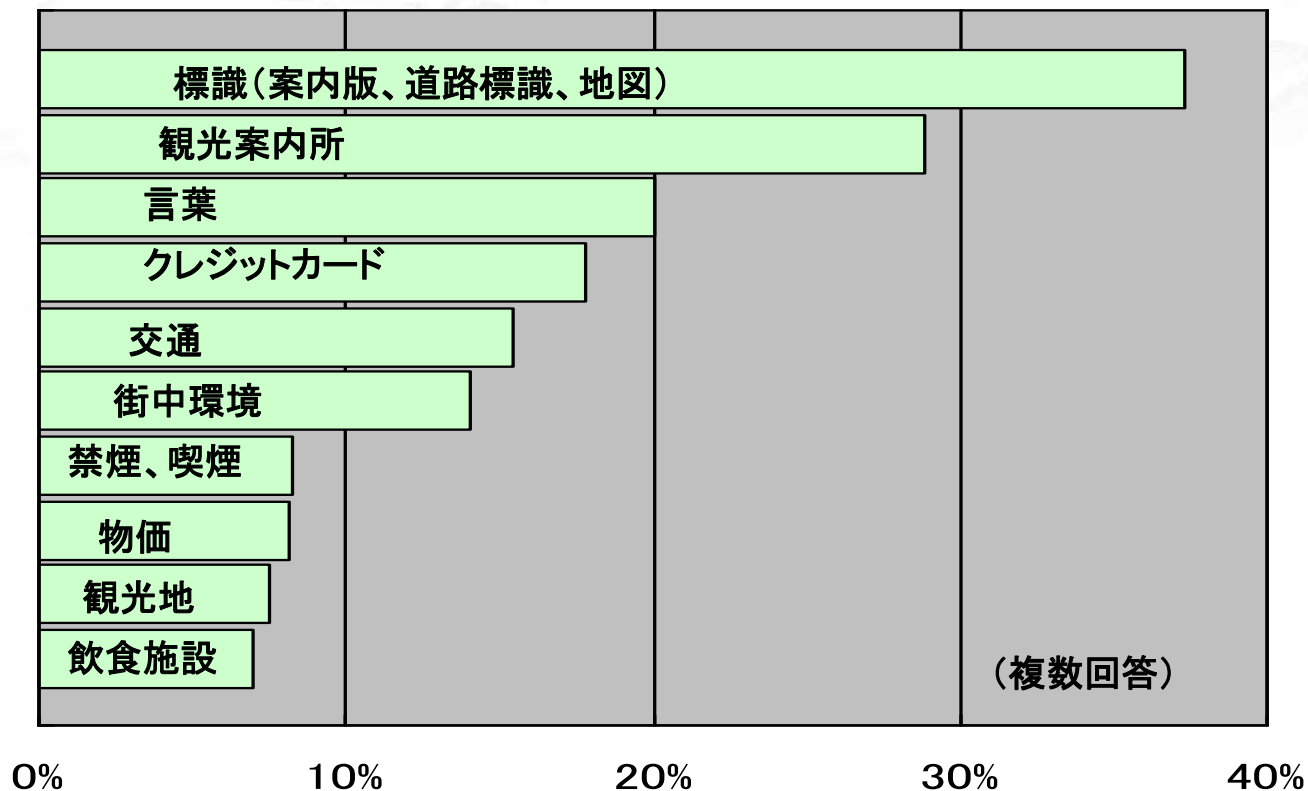


●資料:観光庁「訪日旅行回復緊急調査」(2011年6月)

国によって違いはあるが

TV、雑誌、新聞のほか ウェブサイト・口コミサイトが重要な情報源である

訪日外国人個人旅行者が感じた不便・不満



出典: 日本政府観光局「訪日外国人旅行者が日本旅行中に感じた不便・不満調査」

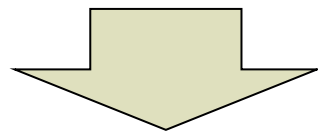
多くの外国人が案内版、標識、地図などの観光案内、言葉に不便を感じている

新宿を訪れた外国人観光客の感想

新宿を訪れた外国人は、

- 英語表示がない、興味のある店があっても諦めてしまう。
(マレーシア華人)
- Wifiが飛んでいないので、スマホが使えない、事前に計画した店しか行けない。(シンガポリアン)
- とにかく、知人友人から聞いた店に行く。私たちの国には情報がほとんどないから。(インドネシア華人)
- 新宿にも、和菓子や和装など日本文化の場所があるなんて知らなかった。(中国人)

出典: (株)アジアクリック資料



外国人観光客向けの観光情報提供の充実が必須である

ビジネスチャンスにするための課題

外国人観光客の増加をビジネスチャンスにするための課題

- 1. インターネット環境(無料Wifi)の整備
- 2. Webによる観光案内サイトの設置(英語、韓国語、中国語等)
- 3. Twitter、Facebookなどによる観光情報の提供
- 4. 英語可、外国人歓迎の看板等で明確に歓迎の意を示す
- 5. クレジットカードが使えるATMの増設、設置場所の案内



特に、情報提供面から

スマートフォンやタブレット端末向けの無料Wifi設備の設置拡大
などのハードウェアの拡充

Web、Facebookなどによる外国人向け観光情報の提供などの
ソフトウェアの強化

が重要である

外国人観光客向けインターネット環境整備の方向性

■ ハードウェアの整備

(無料Wifiアンテナの整備)

1. 区の施設への設置促進
2. 観光スポットへの設置促進
3. 商店街、個店などへの設置促進・運用費補助

■ ソフトウェアの整備

(観光案内サイト(飲食店、観光土産、ホテル、旅館)の充実)

1. 新宿区(観光協会など)のサイトへの掲載希望店舗の調査・指導
2. 商店会サポーターによる商店会のHP、マップの多言語対応支援
3. 「ビジネスアシスト新宿」などの支援策による企業の多言語対応支援
3. 観光サイトでの無料Wifiが使える店舗・スポットの案内

新宿区の観光サイトリニューアルの提言

新宿区の観光サイトの貧弱な現状(ソフト面での弱点)

1. 新宿区の公式サイト

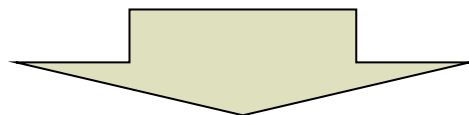
英語、中国語、韓国語に対応しているが、コンテンツが極端に不足

2. 新宿区観光協会のサイト

外国語は英語のみの対応で、「史跡、文化財、観光行事」に限定

3. (仮称)一般社団法人「新宿観光振興協会」

平成25年10月8日に設立準備委員会が発足したばかりである。



観光サイトリニューアルの提言

中小企業診断士による観光サイトリニューアルのための

- ・観光資源(商店街、店舗、そのた施設)の調査
- ・観光における新宿区の強みの分析とプロモーション戦略の策定
- ・サイトリニューアル作業のコーディネート

を提案する

ご参照ありがとうございました

