

スライド1

第11回日本公庫シンポジウム  
2019年11月27日

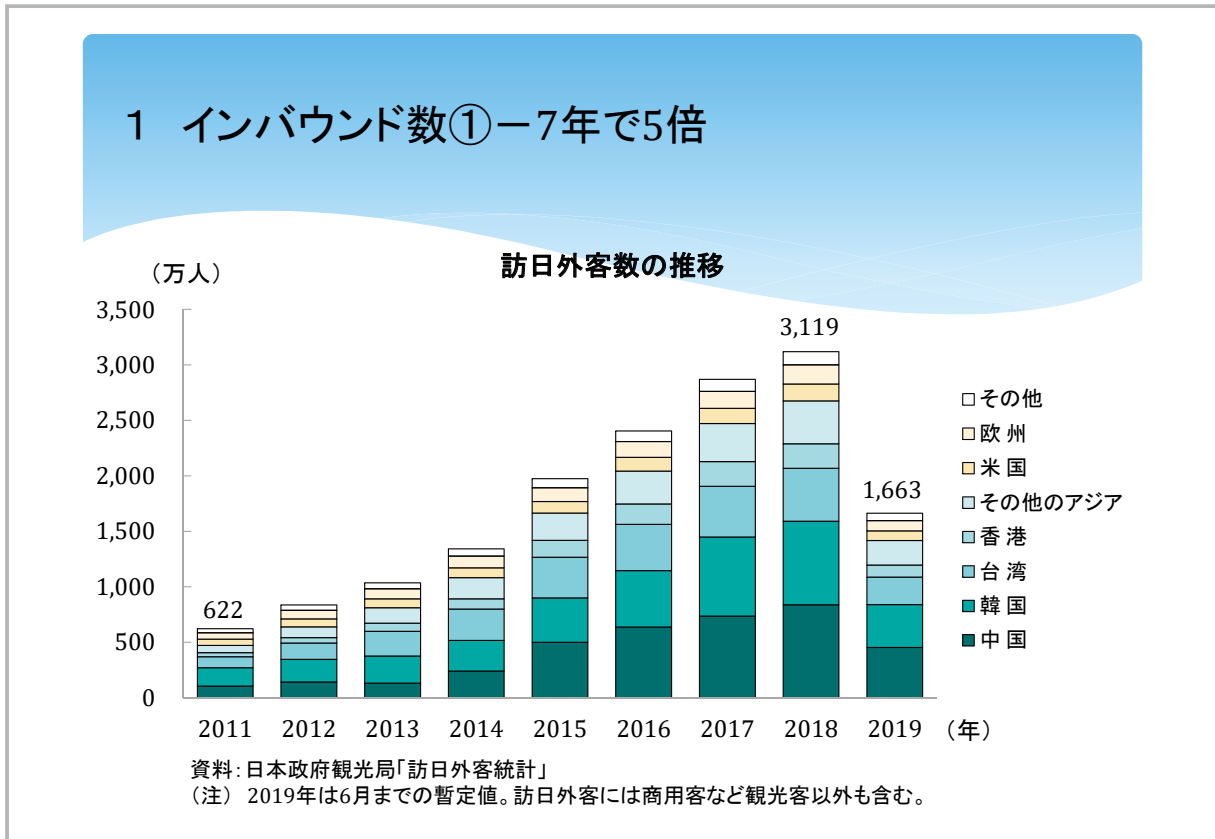
研究報告  
中小企業における  
インバウンド対応の現状と課題

日本政策金融公庫総合研究所  
研究主幹 竹内英二

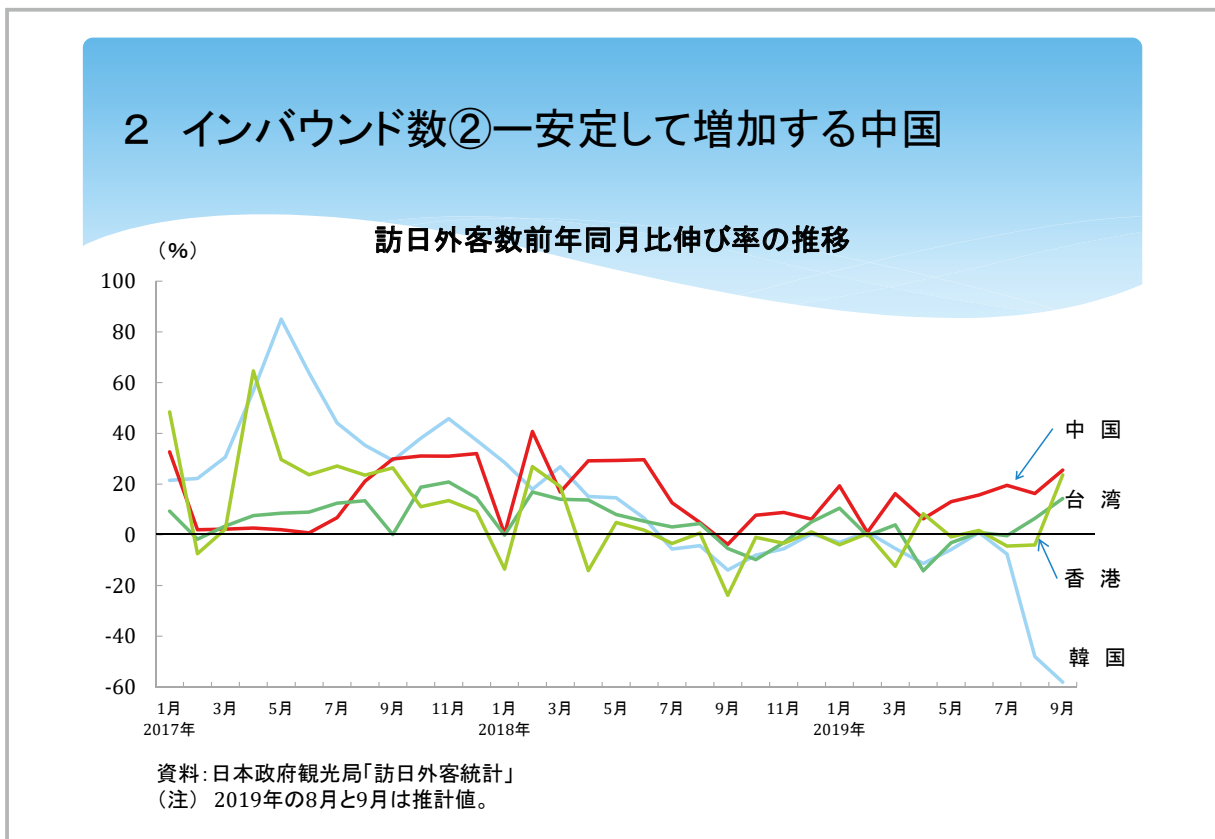
スライド2

I 日本におけるインバウンドの動向

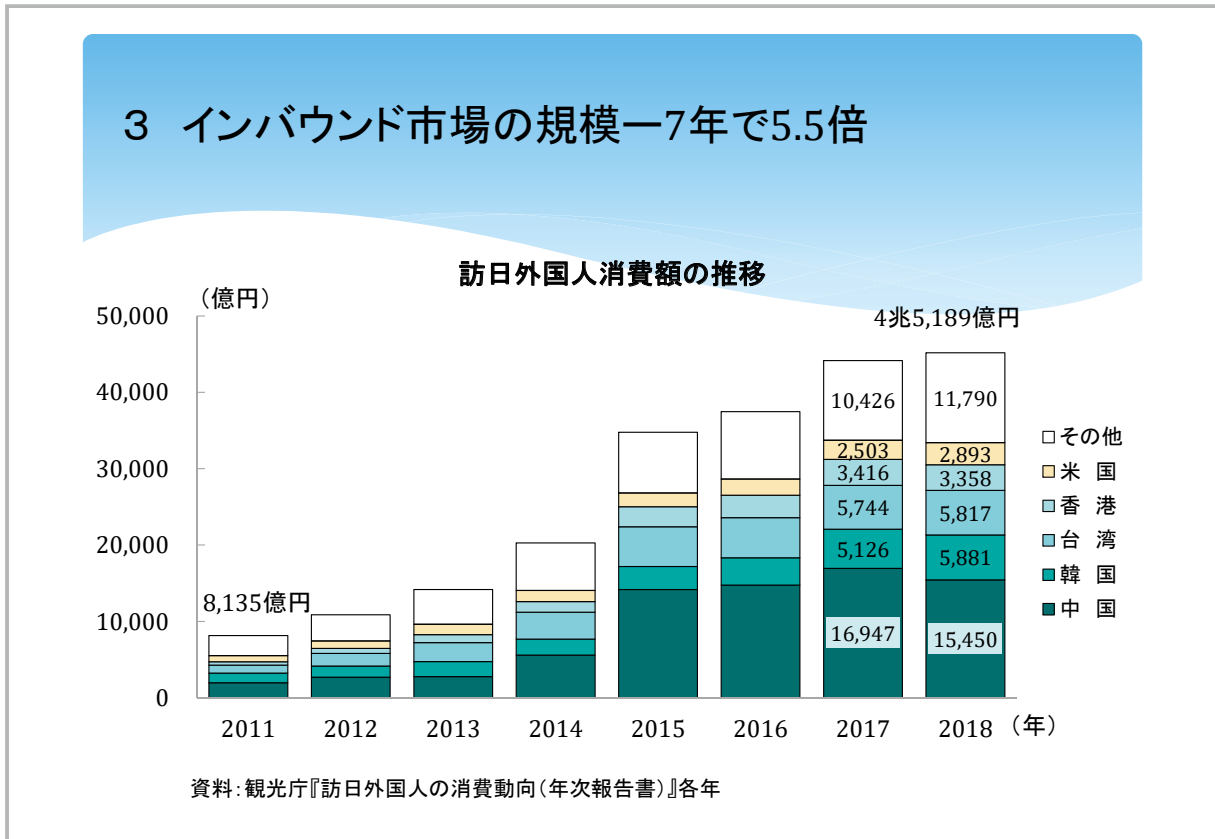
スライド3



スライド4



スライド5



スライド6

### 4 インバウンドの訪問先① 特定の都道府県に集中

#### 外国人観光客の訪問率トップ5の推移 (単位：%)

2015年	2016年	2017年	2018年	2019年1-3月
東京都 48.2	大阪府 44.7	大阪府 44.1	東京都 40.8	大阪府 38.2
大阪府 41.9	東京都 44.5	東京都 41.1	大阪府 40.2	東京都 38.1
千葉県 40.1	千葉県 35.4	千葉県 32.4	千葉県 32.8	千葉県 29.3
京都府 30.4	京都府 33.2	京都府 30.7	京都府 29.7	京都府 26.5
神奈川県 11.0	福岡県 10.6	福岡県 10.8	福岡県 11.4	北海道 13.5

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
 (注) 1 2019年1-3月は2次速報値。訪日目的が観光・レジャーである人についての集計である。  
 2 訪問先には入出国で利用した空港・海港の所在地を含む。

スライド7

### (参考)インバウンドに人気の観光スポット

2015年	2017年	2019年
伏見稲荷大社(京都府)	伏見稲荷大社(京都府)	伏見稲荷大社(京都府)
広島平和記念資料館(広島県)	アキバフクロウ(東京都)	広島平和記念資料館(広島県)
厳島神社(広島県)	広島平和記念資料館(広島県)	宮島・厳島神社(広島県)
東大寺(奈良県)	厳島神社(広島県)	東大寺(奈良県)
永観堂禅林寺(京都府)	東大寺(奈良県)	箱根彫刻の森美術館(神奈川県)
地獄谷野猿公苑(長野県)	清水寺(京都府)	新宿御苑(東京都)
高野山奥之院(和歌山県)	新宿御苑(東京都)	三十三間堂(京都府)
サムライ剣舞シアター(京都府)	金閣寺(京都府)	高野山奥之院(和歌山県)
沖縄美ら海水族館(沖縄県)	箱根彫刻の森美術館(神奈川県)	姫路城(兵庫県)
箱根彫刻の森美術館(神奈川県)	高野山奥之院(和歌山県)	金閣寺(京都府)

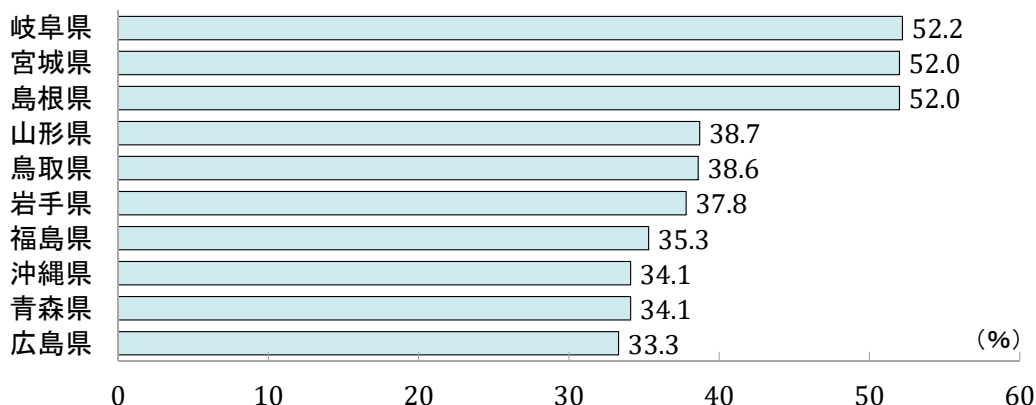
資料:トリップアドバイザー®  
 (注) 口コミ評価の高い観光スポットのランキング。

7

スライド8

### 5 インバウンドの訪問先②—地方にも拡大

2018年の外国人延べ宿泊者数の前年比増加率上位10県



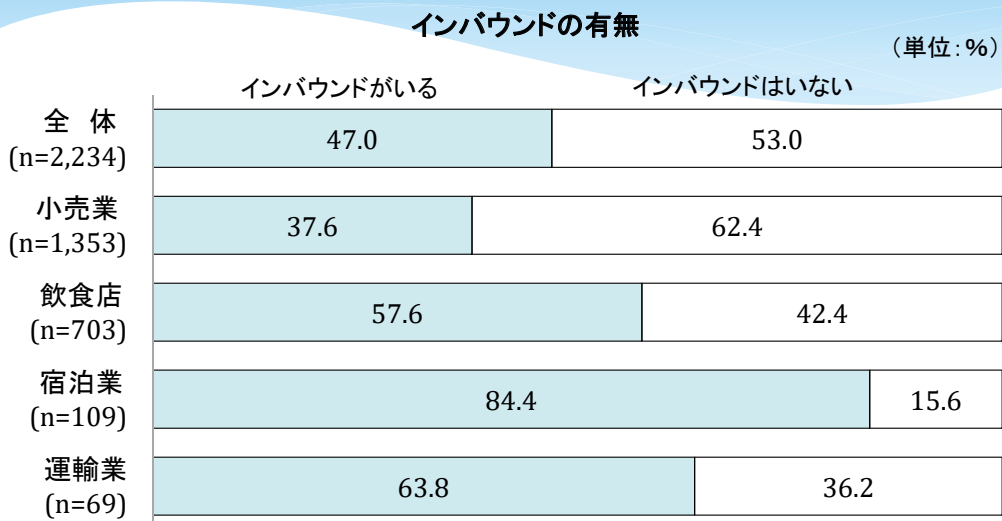
資料:観光庁「宿泊旅行統計調査」  
 (注) 観光以外の目的で宿泊した外国人を含む。

スライド9

## II 中小企業へのインパクト

スライド10

### 6 お客のなかにインバウンドがいる企業—2社に1社



資料: 日本政策金融公庫総合研究所「インバウンドの受け入れに関するアンケート」(2017年)

スライド 11

## 7 インバウンド数一月に19人以下が7割弱

1か月当たりのインバウンド数

(単位: %)

	1か月当たりのインバウンド数			
	19人以下	20~49人	50~99人	100人以上
全体 (n=837)	68.0	14.3	7.4	10.3
小売業 (n=375)	70.1	14.1	6.7	9.1
飲食店 (n=341)	73.6	12.9	5.6	7.9
宿泊業 (n=81)	46.9	16.0	12.3	24.7
運輸業 (n=40)	42.5	25.0	20.0	12.5

資料: 日本政策金融公庫総合研究所「インバウンドの受け入れに関するアンケート」(2017年)  
 (注) お客のなかにインバウンドがいると回答した企業についての集計である。

スライド 12

## 8 インバウンドの売り上げへの影響 一月に50人以上の企業で顕著にプラス

1か月当たりのインバウンド数別にみた最近3年間の売上高の傾向

(単位: %)

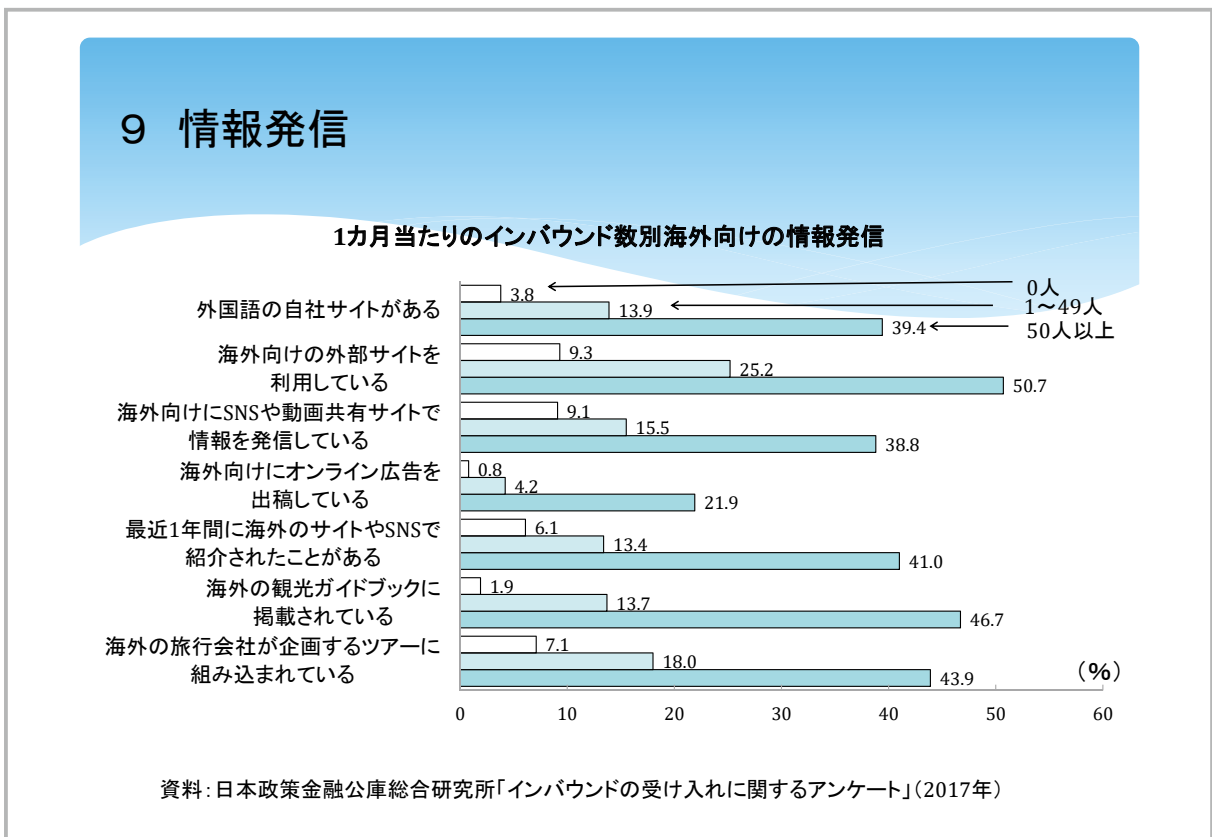
	1か月当たりのインバウンド数別にみた最近3年間の売上高の傾向		
	増加傾向	どちらもない	減少傾向
0人 (n=1,176)	19.2	31.0	49.7
1~19人 (n=566)	28.1	28.4	43.5
20~49人 (n=118)	28.8	32.2	39.0
50~99人 (n=61)	55.7	24.6	19.7
100人以上 (n=84)	50.0	25.0	25.0

資料: 日本政策金融公庫総合研究所「インバウンドの受け入れに関するアンケート」(2017年)

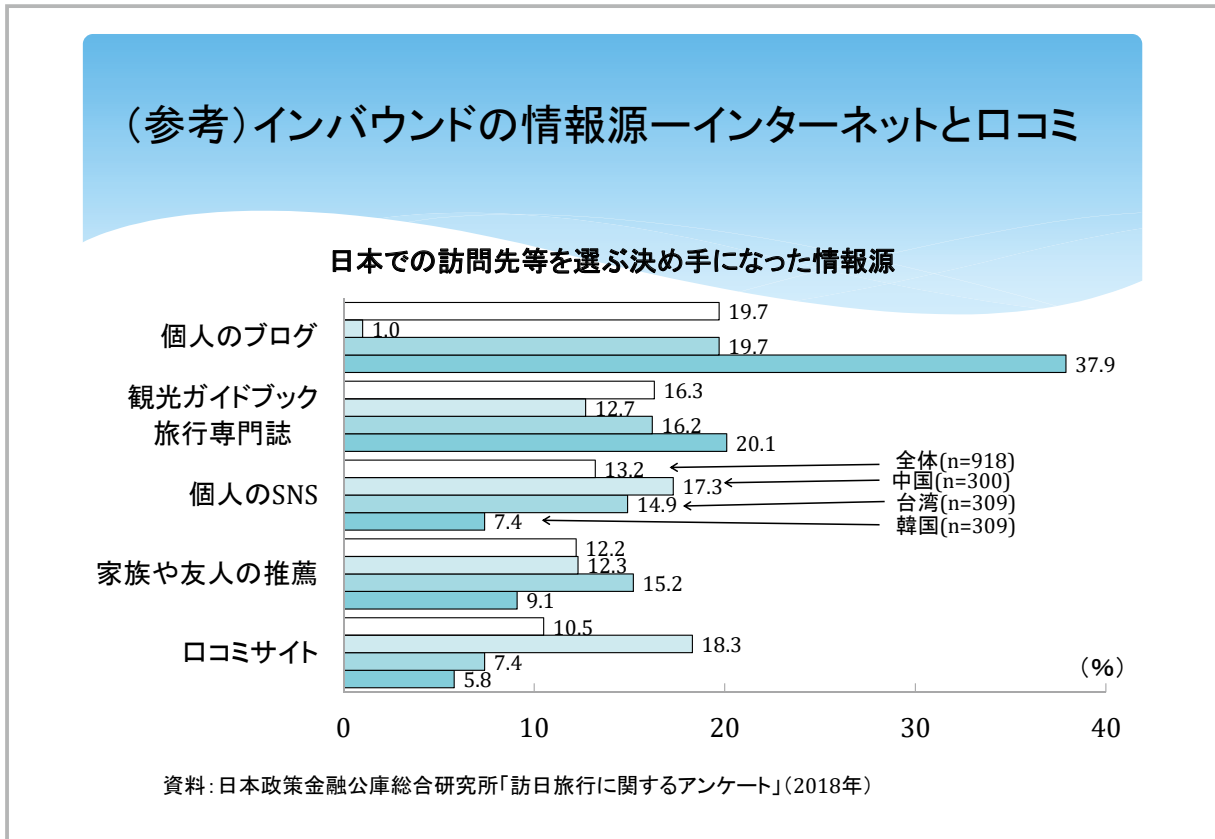
スライド 13

## Ⅲ チャンスを生かすための課題

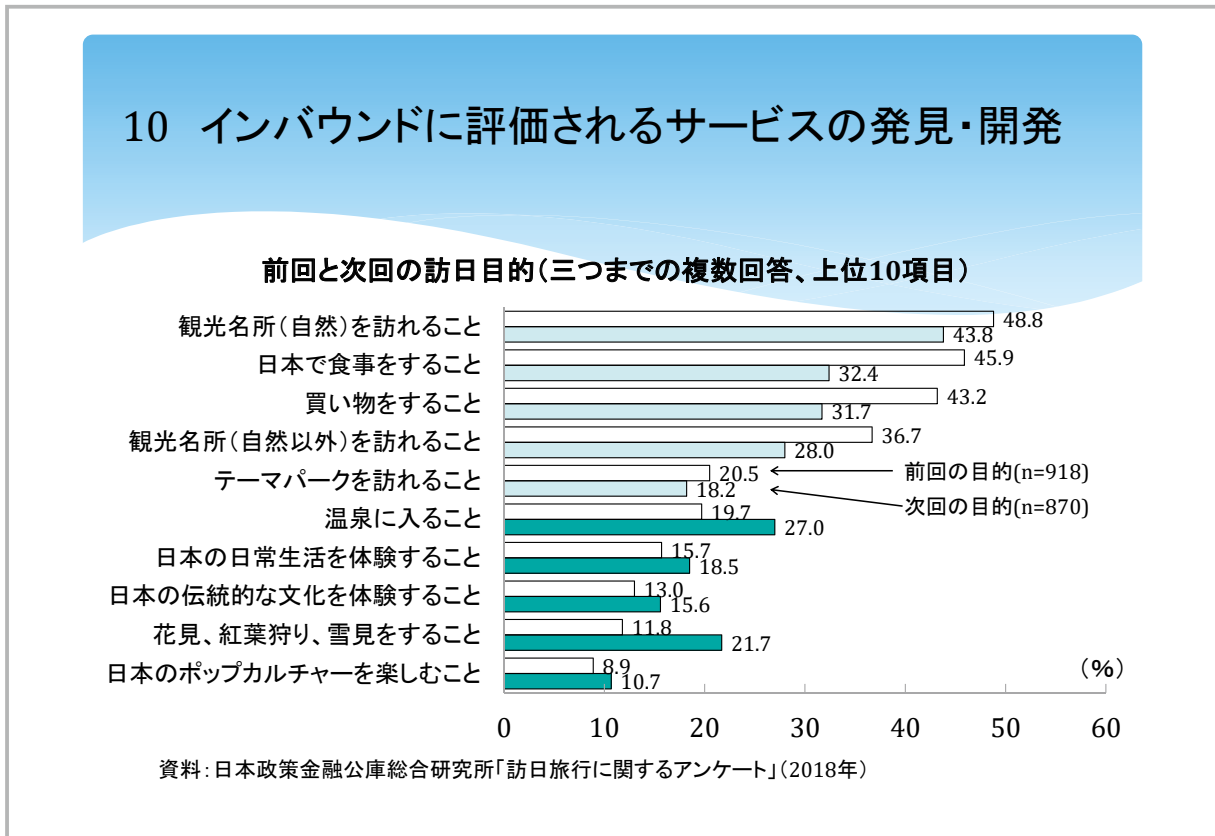
スライド 14



スライド 15

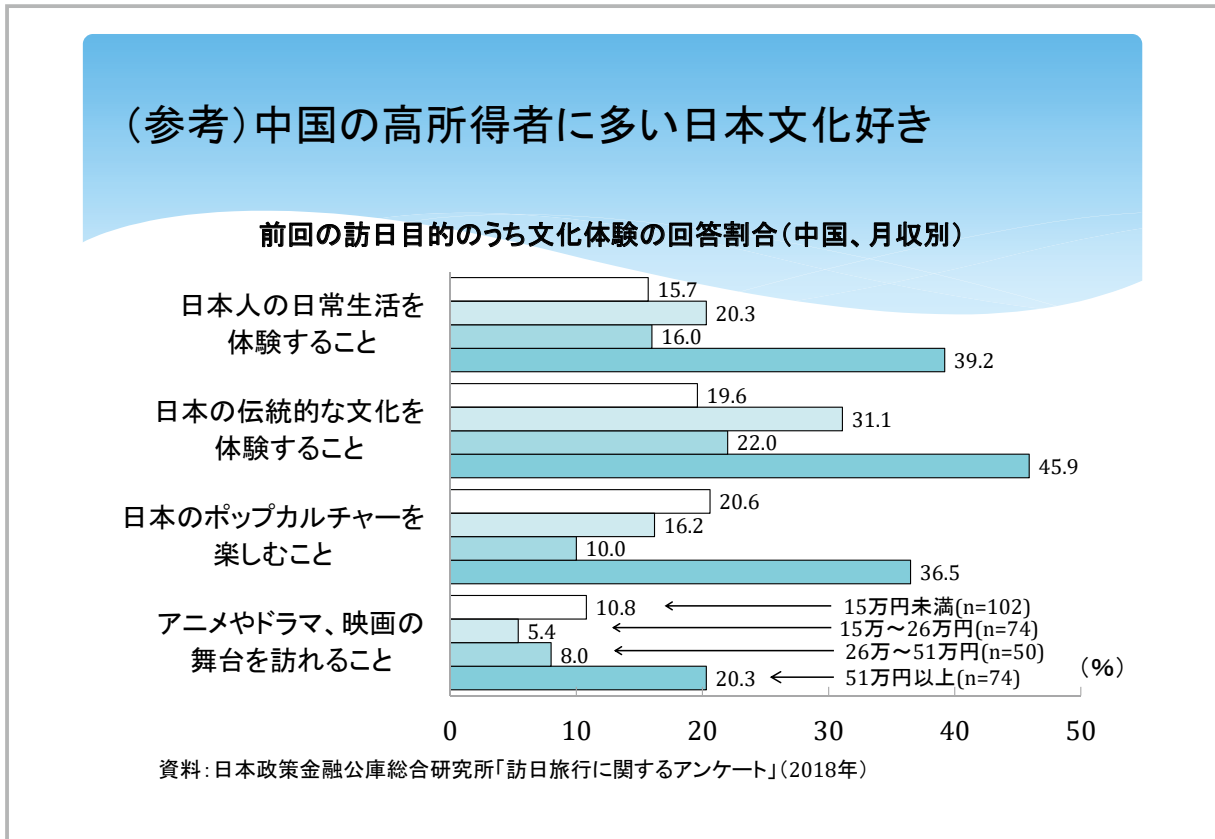


スライド 16

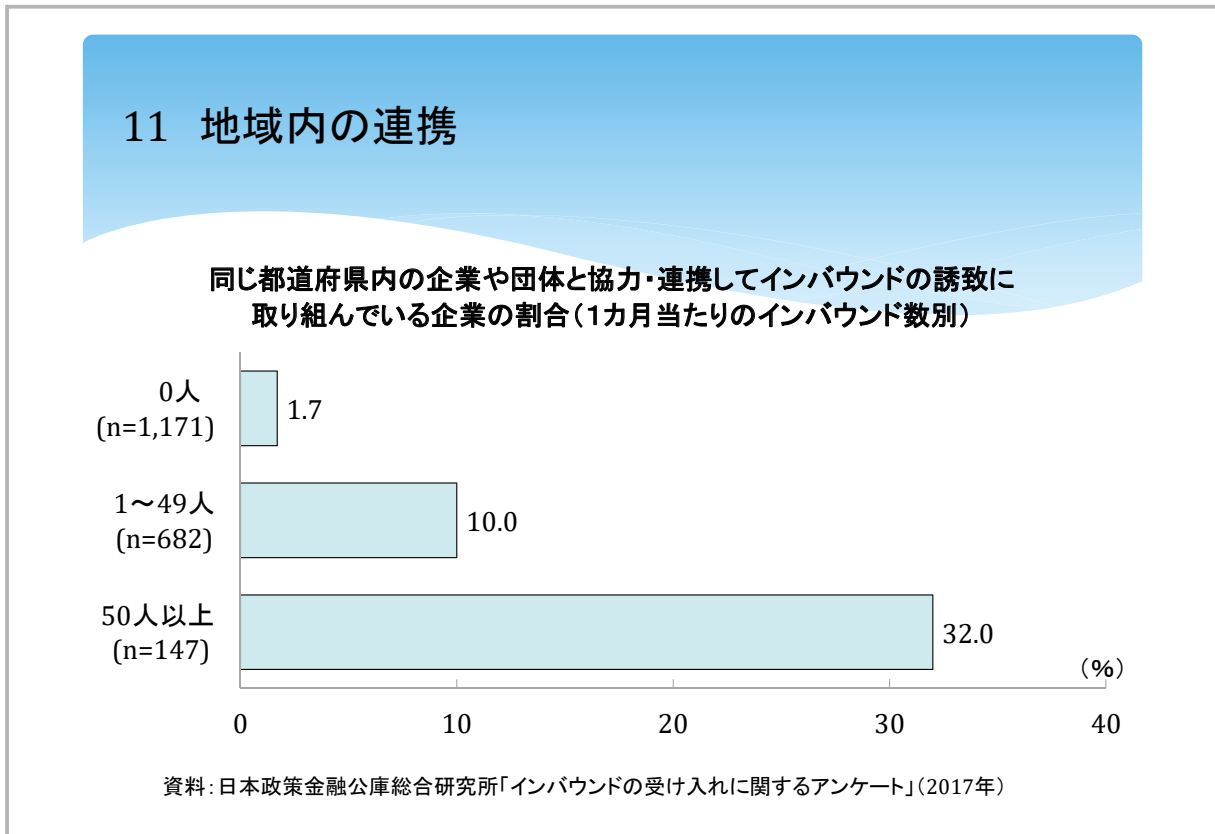




スライド 17



スライド 18



スライド 19

## 12 不満の解消

### 利用した施設の満足度

(単位:%)

	とても満足できた	満足できた	不満だった
宿泊施設 (n=912)	37.4	58.6	4.1
交通機関 (n=918)	38.9	55.8	5.2
小売店 (n=918)	36.9	57.3	5.8
飲食店 (n=917)	31.6	63.8	4.6

資料: 日本政策金融公庫総合研究所「訪日旅行に関するアンケート」(2018年)

スライド 20

### (参考) 不満の例

- ▶ **宿泊施設**  
「部屋が狭い」「設備が汚い・古い」「料金が高い」
- ▶ **交通機関**  
「料金が高い」「路線が複雑でわかりにくい」
- ▶ **小売店**  
「価格が高い」「品揃えが悪い・欠品が多い」「英語が通じない」
- ▶ **飲食店**  
「美味しくない・口に合わない」

資料: 日本政策金融公庫総合研究所「訪日旅行に関するアンケート」(2018年)

スライド 21

## 13 サポートビジネスの活用—専門家の知恵を借りる

### <サポートビジネスの例>

#### > Webマガジン

インターネットで、インバウンド向けに食・宿・アクティビティなど  
さまざまな旅行情報を提供

#### > 広告・プロモーション

広告用動画の制作やインフルエンサー・マーケティング

#### > コンサルティング

インバウンド向けのメニュー開発、接客・接遇、SNSの活用

スライド 22

### <使用したアンケートについて>

#### ＊ 「インバウンドの受け入れに関するアンケート」(2017年8月)

- ・調査対象 日本政策金融公庫国民生活事業および中小企業事業の融資先のうち、  
小売業、飲食店、宿泊業、運輸業を営む1万362社
- ・調査方法 調査票の発送・回収とも郵送
- ・回答社数 2,304社(回収率 22.2%)

#### ＊ 「訪日旅行に関するアンケート」(2018年6月)

- ・調査対象 韓国、中国、台湾の20歳から49歳の男女で、調査時点までの1年間に観  
光目的で日本を訪れたことがある人
- ・調査方法 インターネットアンケート
- ・回答者数 918人(韓国、309人、中国300人、台湾309人)