

第3節

インバウンド（訪日外国人に対するプロモーション）

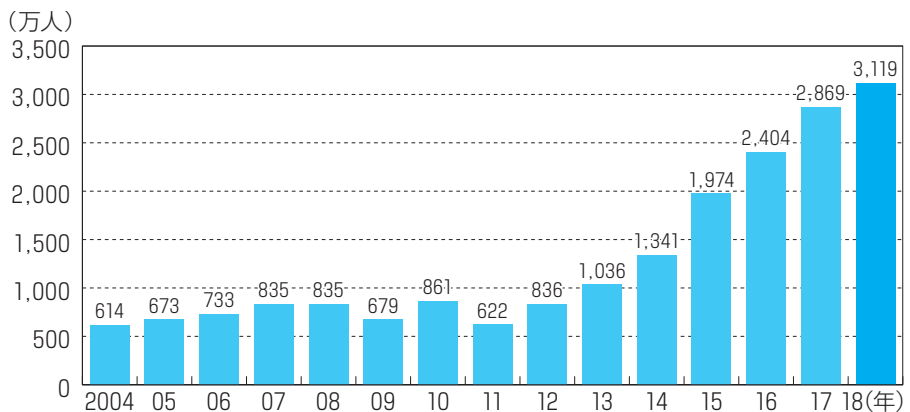
3-1 訪日外国人旅行者の増加

2017年の訪日外国人旅行者数は、前年比19.3%増の2,869万人であり（図4-3-1）、2016年の外国人旅行者受入数ランキングでは、世界で第11位に相当する（平成30年版観光白書）。

観光客を中心とした訪日外国人旅行者（以下「訪日ゲスト」という）への対応を進めた小売店は少なくない。また、訪日外国人旅行者に対する売上高は、単に個店の売上高を押し上げるだけでなく、日本経済にとっても無視できない規模になりつつある。訪日外国人旅行のことを、日本からみてインバウンド旅行ともいう。

こうした訪日ゲストに対する売上高の拡大は、2013年に顕著となっている。この2013年に訪日ゲストの数は、史上初めて1,000万人に到達し、2003年と比較すると、その数はほぼ倍増した（日本政府観光局調査）。この背景には、中国や東南アジア諸国連合などに対する訪日ビザの発給要件を緩和したことや、いわゆる格安航空会社（LCC）の就航拡大や増便、入国管理手続きの整備といった一連の施策に、観光立国を目指す日本政府が取り組んだことがある。同時に、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンド旅行（自国から海外への旅行者）の増加がある。

図4-3-1 訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（INTO）資料に基づき観光庁作成