

# インバウンド対策を サポートする

外国人観光客のニーズに合わせた  
提案のポイント



## 取引先と検討を重ね 対策の優先順位を決めたうえで ソリューションを提案

外国人観光客が多い地域では、売上向上のためにインバウンド対策は重要課題だ。ただ、外国人観光客と一口に言っても出身地や所得水準は様々であり、それぞれの属性でニーズは異なる。事業者は、地域の外国人観光客のニ

想定した課題をもとに  
ニーズを引き出す

**観** 光庁が今年1月15日に発表した「インバウンド消費動向調査（速報）」によると、2024年の訪日外国人旅行消費額は8・1兆円と過去最高を記録。同日に日本政府観光局（JNTO）が発表した「訪日外客統計」では、2024年の訪日外国人旅行者数は3687万人となり、こちらも過去最高を記録した。

円安も手伝って、インバウンド消費はコロナ禍からV字回復している。



ーズに合わせた品揃えやサービス内容の強化が必要だ。

そこで、取引先のインバウンド対策をサポートしていくためには、まず地域を訪れる外国人観光客の属性を調べることから始めよう。自治体の観光振興課などにヒアリングしたり、自治体が独自に実施している調査結果をネット上で確認したりするとよい。

そして、外国人観光客の属性や取引先の業種等を踏まえて想定した経営課題をもと

に、インバウンド対策ニーズを引き出す声かけを行う。

インバウンド対策は、看板やメニュー表記の多言語化からフリーWi-Fiの導入、新メニューの開発等と多岐にわたる。どこから着手すれば最も効果的なのかは、それぞれの取引先が置かれた状況によって異なるだろう。

金融機関の担当者としては取引先と検討を重ね、対策の優先順位付けをしつかりと助言したい。スタート時点で判断を誤っては、費用を投じた対策の効果が半減ということにもなりかねないからだ。

インバウンド対策は、地域経済にも大きな波及効果をもたらす。滞在時間の延長や地域内の回遊性向上は、飲食・宿泊・ショッピングの消費拡大につながるからだ。個社別を「面」として捉えた支援も大切なポイントだ。