

インバウンドつかむ戦略を

夏休みを前に旅行の計画を立てている人も多いだろう。コロナ禍が明けて2年が経過し、観光客数はコロナ禍前と同水準に回復した。観光庁の宿泊旅行統計によると、国内の延べ宿泊者数は2024年で6億5,000万人となり、コロナ禍前の19年と比べて1.1倍となった。

なかでも伸びているのがインバウンドだ。京都や大阪など観光地で外国人旅行者を多くみかけることは今や日常光景だ。24年の外国人延べ宿泊者数は統計開始以来最高となる1億6,400万人で、19年比の1.4倍となった。

一方、三重ではインバウンドの回復が遅く、24年の外国人延べ宿泊者数は24万人と19年の約6割までしか回復していない。25年に入り持ち直してはいるものの、全国の回復率には及ばない。

また、三重は宿泊者数に占める外国人の割合が低い。24年で見ると全国は25.2%に上るが、三重は2.8%にとどまる。愛知は17.9%、岐阜は26.5%となり、近隣県とも乖離（かいり）がある。

このような背景から、三重ではインバウンド誘客にこれまで以上に注力している。今年度は、県内の宿泊施設を対象としたインバウンドの受け入れ状況調査や、三重を訪れる外国人旅行者の属性や周遊状況を把握する調査等を予定している。三重におけるインバウンドの状況を多面的に把握して、インバウンド戦略を策定するとしている。

全国で多くの自治体がインバウンド誘客に向けて注力するなか、三重を選んでもらうためには、魅力あるコンテンツの重要性はもちろんのこと、コンテンツを旅行者に届けるための情報発信や販売ルートの構築も欠かせない。その前提にはターゲティングが不可欠だ。さらには、すでに誘客に成功している県外地域からの周遊を促すため、地域間連携も必要だろう。

伊勢神宮を軸に培われた文化、熊野古道とともにある地域の営みや自然など県内には魅力ある資源が多い。国内有数の観光地として観光客を迎え入れてきた歴史もある。これらの素地をいかし、戦略的に取組を推進していくことが必要だ。

（地域共創事業部 受託・調査グループ 主任研究員 山崎 美幸）