

## 県内インバウンド ―反転攻勢に向けて

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役/チーフエコノミスト 大西 浩一郎

先月号の当欄、「厳しさが続く県内企業の景況感」では、2022年頃から足もとにかけて、県内企業の景況感は全国よりも厳しくなっている点を指摘しました。また、その要因の一つとして、埼玉ではインバウンド消費が相対的に弱いという点を挙げました。

今回は、そのインバウンド消費のデータをみることから始めましょう。観光庁「インバウンド消費動向調査」(2024年7-9月)によると、外国人観光客の都道府県別訪問率は図表1のようになっており、上位10位以内に埼玉県の名前はありません。当県の訪問率は0.6%、29位の地位に甘んじています。東京都内からの近さや近隣のライバル県である千葉県や神奈川県が上位に食い込んでいることを考えますと、「これはどうしたことか」と困惑せざるを得ないデータです。富士山や有名テーマパークなど、それだけで訪日目的になるような観光スポットがないためなのでしょうか。いずれにせよ、この辺りが当県の positioning なのです。

この間の行政の取り組みをみてみますと、県は「第3期 埼玉県観光づくり基本計画」(令和4年度~令和8年度)を打ち出しており、その中で、「インバウン

ド需要を取り込むことは、今後の観光振興における重要な課題のひとつ」との認識を示しています。その上で、「外国人観光客のニーズに合わせた周遊ルートの分析や企画」を行うとしています。また、デジタル技術の活用による観光コンテンツの導入やアニメの聖地化の更なる推進など、インバウンド振興にも有効と思われる施策を掲げており、こうした施策パッケージが実を結ぶことを大いに期待したいところです。

ところで、県内各地を訪問しますと、ところによって圧倒されるほど多くの外国人を見かけることがあります。旅行者でなくて、その街に住んでいる皆さんです。そこで、出入国在留管理庁の統計をみてみますと、2024年6月時点の埼玉県内の在留外国人数は約25万人で、全国5位、かつ増加基調にあることがわかります(図表2)。すなわち、「外国人観光客は少ないが、住んでいる外国人はとても多い」というのが埼玉県の特徴です。

そこで筆者が思うのは、約25万人もいる在留外国人の皆さんに、埼玉におけるインバウンド分野での反転攻勢に一役買ってもらえないか、自治体によるインバウンド振興策に積極的に関与してもらうことはでき

ないか、という点です。具体的には、観光、イベント、食、買い物など、埼玉県の魅力を彼らに十分に理解してもらった上で、外国人の目、感性を通してみた埼玉の魅力を教えてもらうこと。更に、SNSなどを通じて、埼玉県の魅力を外国語によって発信・拡散してもらうこと、などが想定されます。約25万人の中には、高い情報発信力を持つ外国人が相応にいるでしょう。県内インバウンドの低調振りを考えると、活かせるものは何でも活かすべき局面ではないでしょうか。

図表1：外国人観光客の訪問率等  
(2024年7-9月)

順位	訪問地	訪問率	訪問者数
1	東京都	48.2%	347.4万人
2	大阪府	44.3%	320.0万人
3	千葉県	35.1%	253.0万人
4	京都府	32.7%	236.2万人
5	福岡県	11.5%	83.0万人
6	奈良県	10.9%	78.4万人
7	神奈川県	8.5%	61.3万人
8	山梨県	7.9%	56.9万人
9	北海道	7.4%	53.3万人
10	愛知県	6.6%	47.3万人

↓	↓	↓	
28	富山県	0.7%	4.9万人
29	埼玉県	0.6%	4.6万人
30	鹿児島県	0.6%	4.3万人

図表2：在留外国人数  
(2024年6月)

順位	在留地	外国人数	前年末比増減率
1	東京都	70.2万人	5.8%
2	愛知県	32.1万人	3.3%
3	大阪府	31.7万人	5.3%
4	神奈川県	28.0万人	4.7%
5	埼玉県	24.9万人	6.2%
6	千葉県	21.9万人	7.4%
7	兵庫県	13.7万人	4.0%
8	静岡県	12.0万人	4.0%
9	福岡県	10.5万人	5.4%
10	茨城県	9.7万人	5.8%

(資料) 出入国在留管理庁

(資料) 観光庁「インバウンド消費動向調査」