

株式会社 京都銀行

京都市下京区烏丸通松原上る  
郵便番号 600-8652

## 第 100 回 京銀クォーターリー・サーベイ

「特別調査」結果のご報告  
～好調続くインバウンド需要について～

近年インバウンド需要が盛んになっており、平成 29 年の訪日外国人旅行消費額は 4 兆 4,161 億円（前年比+17.8%）と、年間値で過去最高を記録するなど、官民一体となってインバウンド需要の拡大に力をいれています。

そのような状況の中、京都銀行と京都総合経済研究所では、日本随一の観光都市である京都の企業に、インバウンド需要について特別調査を実施いたしました。その調査結果がまとまりましたので、ご報告申し上げます。

## &lt;要 旨&gt;

近年のインバウンド需要に対する関心度合いは、京都企業全体（435 社）の約半数（48.5%）が「関心がある」と回答し、今後のインバウンド需要の見通しについても、6 割を超える企業（60.5%）が「良くなる」と回答するなど、その関心の高さと今後への期待感が示されました。東京オリンピック開催以降のインバウンド需要についても、「良くなる」と「悪くなる」の割合が拮抗し、期待と不安が入り混じるとともに、オリンピック終了後の反動減への懸念といった悲観色一辺倒ではないことも明らかになりました。

一方、インバウンド向けの特別な展開を予定している企業は全体の 6.9%、社数にして 30 社とやや限定的な範囲にとどまっていますが、「新商品の開発」や「新事業・出店等による市場開拓」など、製造業・非製造業を問わず、様々な業種・企業において前向きな取り組みへの挑戦が始まっています。

また、インバウンド需要が自社の業績に「良い影響」を与えると回答した企業は全体の 3 割強（32.4%）に上り、「訪日外国人による消費需要の増加」や「同宿泊需要の増加」、「公共インフラ整備などの投資需要の増加」といった形で、消費関連のみならず幅広い業種でその恩恵への期待感が示されています。

なお、インバウンド需要に関連して「懸念されること」と「今後の課題」については、観光地域の治安悪化や人手不足の問題、公共交通機関の混雑による影響（以上、懸念項目）、さらには、民泊などの規制や法整備、道路や交通インフラの整備の遅れ、電子決済サービスの利用拡大によるキャッシュレス整備（以上、課題項目）などがあげられ、増加する訪日外国人観光客に対する受け入れ環境整備に関する項目に注目が集まっていることも明らかになりました。

以 上

なお、本調査は、「第 100 回京銀クォーターリー・サーベイ（2 月調査）」と同時に『特別調査』として実施し、分析は（株）京都総合経済研究所が担当いたしました。

# 第 100 回 京銀クォーターリー・サーベイ

## 特別調査

### 好調続くインバウンド需要について

#### <目次>

I. 要約	1 頁
II. 各調査項目の詳細	
1. 近年のインバウンド需要について	3 頁
2. 今後の京都のインバウンド需要の見通し	4 頁
3. 東京オリンピック開催以降のインバウンド需要の見通し	5 頁
4. インバウンド向けの特別な展開について	6 頁
5. インバウンド需要が自社の業績に与える影響について	7 頁
6. 今後のインバウンド需要について期待すること	10 頁
7. 今後のインバウンド需要について懸念すること	11 頁
8. インバウンド需要について今後の課題	12 頁

(本調査は第 100 回京銀クォーターリー・サーベイの特別調査として実施したものである。)

2018年3月

京 都 銀 行

〒京都総合経済研究所

## 〔 調 査 要 領 〕

＜調査時期＞ 2018年2月1日～2月15日

（第100回京銀クォーター・サーベイと並行して実施）

【参考】期間中の為替相場（中心、平均値）… 108.84円／ドル

〃 株価（日経平均終値の平均値）… 22,035.50円

＜調査対象企業＞

京都府に本社を有する企業を中心に 493社

（京都銀行本支店 96カ店の取引先より選定）

回答社数 493社中 436社（回答率 88.4%）

製造業	215	非製造業	221
和装繊維	9	卸売業	70
その他繊維	13	和装繊維	（ 5 ）
金属製品	24	その他繊維	（ 11 ）
機械4業種	75	機械器具	（ 11 ）
一般機械	（ 28 ）	食料品	（ 7 ）
電気機械	（ 27 ）	その他	（ 36 ）
輸送機械	（ 5 ）	小売業	32
精密機械	（ 15 ）	建設業	49
食料品	29	不動産業	14
木材・木製品	7	運輸・倉庫業	20
紙加工・印刷	20	サービス業	36
化学	11		
プラスチック製品	7	大規模企業	12
窯業・土石	6	中規模企業	101
その他製造	14	小規模企業	323

（従業員数）  
（500人以上）  
（100～499人）  
（99人以下）

＜調査方法＞

調査項目 1、2、3、4、6 については選択肢より回答

調査項目 5、7、8、9、10 については複数回答

## I. 要 約

全国レベルでインバウンド需要の好調が続く中、京都の企業における今後のインバウンド需要の見通しや課題について特別調査を実施した結果、その回答内容の概要については以下の通りである。

- ◎ まず、近年のインバウンド需要に対する関心度合いを尋ねたところ、「関心がある」（「関心がある」、「やや関心がある」の合計）とした企業は全体の48.5%を占めた（参考：「関心がない」は30.8%）。また、今後の京都のインバウンド需要の見通しについては、全体の60.5%が「良くなる」（「良くなる」、「やや良くなる」の合計）との期待感を示している（参考：「悪くなる」は僅かに2.8%）。 ～詳細は3頁から4頁～
  
- ◎ さらに、東京オリンピック開催以降のインバウンド需要については、「良くなる」（「良くなる」、「やや良くなる」の合計）と「悪くなる」（「悪くなる」、「やや悪くなる」の合計）がともに28.7%と拮抗し、期待と不安が入り混じる結果となっている。必ずしもオリンピック終了後の反動減といった悲観的な見方一辺倒ではないことが示された。  
～詳細は5頁～
  
- ◎ 一方、インバウンド向けの特別な対応・展開を予定していると答えた企業は、全体の6.9%、社数にして30社とやや限定的な範囲にとどまっているものの、「新商品の開発」（取り組み企業の66.7%）や「新規設備の増設・能力増強」（同33.3%）、「新事業・出店等による市場開拓」（同30.0%）など、製造業（12社）、非製造業（18社）を問わず、様々な業種・企業で新たな取り組みを始めていることが明らかとなった。  
ちなみに、「新商品の開発」では食料品や木材・木製品、和装繊維（以上、製造業）、さらには不動産業やその他繊維卸、サービス業（以上、非製造業）などが、また、「新規設備の増設・能力増強」ではその他繊維（製造業）や小売業、サービス業などが、さらには「新事業・出店等による市場開拓」では木材・木製品やその他繊維（以上、製造業）、食料品卸、不動産業、機械器具卸（以上、非製造業）など、多彩な顔ぶれが新たな取り組みに挑戦している。 ～詳細は6頁～
  
- ◎ こうした中、インバウンド需要が自社の業績に与える影響については、「良い影響」（「良い影響」、「どちらかといえばいい影響」の合計）と答えた企業は全体の32.4%を占め、「悪い影響」とする企業は僅かに2.3%にとどまっており、その恩恵に期待する企業が多く見られる。良い影響の具体的事例を挙げれば、「訪日外国人による消費需要の増

加」を挙げた企業が「良い影響」があると答えた企業の56.7%を占めており、業種的には食料品、和装繊維、紙加工・印刷などの製造業や、和装繊維卸、食料品卸、小売業、サービス業などの非製造業と多岐にわたる。また「公共インフラ整備などの投資需要の増加」(同36.2%)には、建設業や不動産業などに加え、機械4業種や木材・木製品、プラスチック製品などの製造業にも広がり、さらには、「訪日外国人の増加による宿泊需要の増加」(同34.8%)にはサービス業、不動産業、建設業などでの恩恵が期待されている。

なお、一般的にはインバウンド消費の恩恵を最も享受するとイメージされる小売業では、「良い影響」を受けると回答した企業は34.4%にとどまっており、建設業(43.8%)や不動産業(42.8%)よりも低いという意外な結果も示されている。一概にインバウンド需要といっても、大手の百貨店や量販店、ドラッグストアなどの大企業中心の免税店と観光地周辺の業者にその恩恵は偏在しており、総じて中小・零細小売業者にまではその恩恵が必ずしも広がっていないという一側面をも今回調査は浮かび上がらせている。

～詳細は7頁から9頁～

- ◎ 今後のインバウンド需要について期待することについては、「景気活性化による個人消費の増加」(49.5%)、「社会インフラの整備進展」(38.8%)、「インバウンド需要のさらなる増加」(22.7%)、「公共事業の増加」、「宿泊施設建設による需要増加」(いずれも21.3%)などが上位に挙がった。～詳細は10頁～

- ◎ さらに、今後のインバウンド需要に関連して「懸念されること」と「課題」について尋ねたところ、「懸念されること」としては、観光地域の治安悪化(52.1%)や人手不足(45.9%)、公共交通機関の混雑による影響(32.8%)、不動産価格の上昇(26.1%)などが上位を占め、「今後の課題」については、民泊などの規制や法整備(50.9%)、観光客増加に対する道路や交通インフラの整備の遅れ(46.1%)、オリンピック需要の反動(39.0%)、電子決済サービスの利用拡大によるキャッシュレス整備(33.7%)などが上位に挙げられている。

いずれも、増加する訪日外国人観光客に対する受入れ環境整備に関する項目に注目が集まっている。～詳細は11頁から12頁～

## II. 各調査項目の詳細

### 1. 近年のインバウンド需要について

「近年のインバウンド需要について関心があるか」について聞いたところ、「関心がある」とした企業が48.5%（「関心がある」15.2%、「やや関心がある」33.3%）となり、「関心はない」とした企業は30.8%（「関心はない」9.7%、「あまり関心がない」21.1%）だった。京都の企業の約半数に上る関心度合いの高さが示された。（図1）。

業種別では、「インバウンド需要に関心がある」（「関心がある」、「やや関心がある」の合計、以下同）企業は、製造業が47.7%、非製造業が49.3%となり、業種を問わず幅広い関心度合が窺われる。

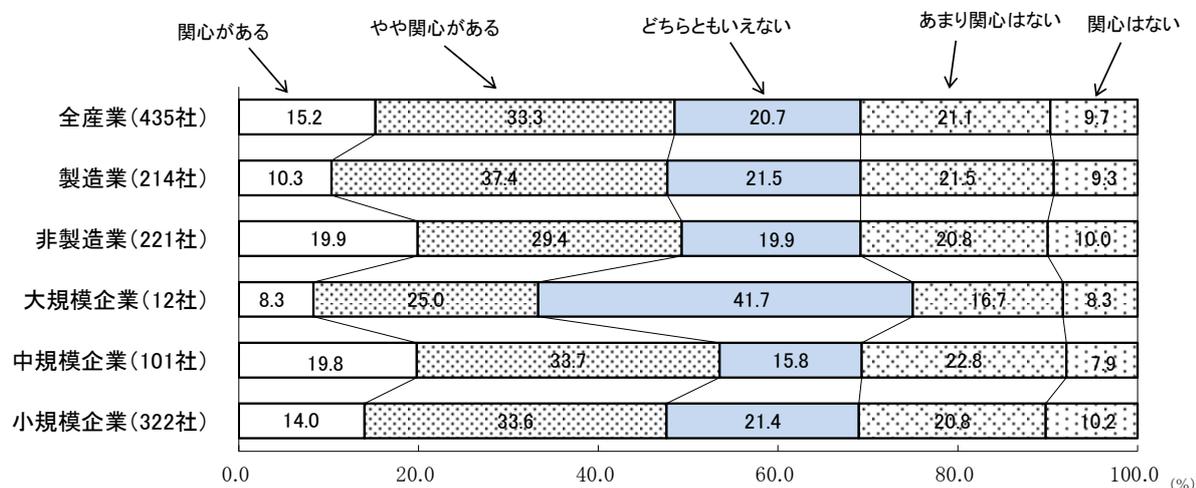
とりわけ非製造業では、インバウンド需要とより関係性の深い業種が、関心度の高い業種の上に並んだ。ただ、小売業(43.8%)に関しては、比率はともかく、非製造業の中では10業種中9番目と下位に位置付けられている点は、やや意外な印象も受ける。

規模別では、特に中小企業の関心度が高く、「中規模企業」が53.5%、「小規模企業」で47.6%となり、「大規模企業」では33.3%となった。

表1 関心度が高い業種について

関心度の高い主な業種(製造業)		関心度の高い主な業種(非製造業)	
輸送機械	80.0%	サービス業	61.1%
木材・木製品	71.4%	和装繊維製品卸売業	60.0%
食料品	65.5%	その他卸売業	58.4%
紙加工・印刷	65.0%	食料品卸売業	57.1%
その他	64.3%	不動産業	50.0%
その他繊維	61.5%	その他繊維卸	45.5%
精密機械	46.7%	運輸・倉庫業	45.0%
		建設業	44.9%
		小売業	43.8%

図1 インバウンド需要に対する関心度(製造業・非製造業、規模別)



## 2. 今後の京都のインバウンド需要の見通しについて

「今後の京都のインバウンド需要の見通し」について聞いたところ、「良くなる」とした企業が60.5%（「良くなる」24.5%、「やや良くなる」36.0%）となったのに対し、「悪くなる」とした企業は僅かに2.8%（「悪くなる」0.5%、「やや悪くなる」2.3%）となっており、今後も京都のインバウンド需要が継続・拡大してゆくという強い期待感が示されている。（図2）。

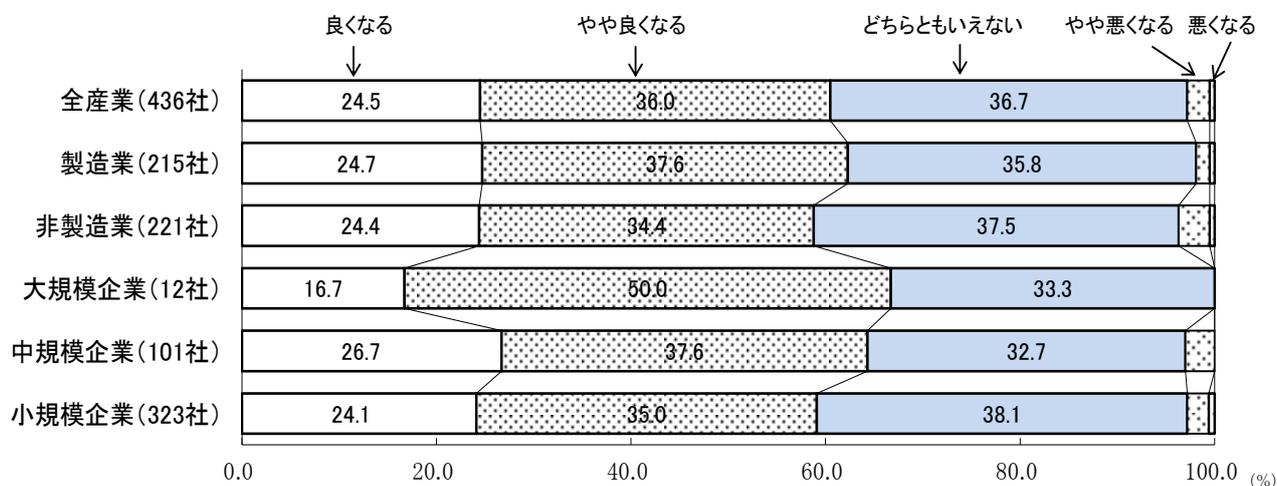
業種別では、「良くなる」（「良くなる」と「やや良くなる」の合計、以下同）とみる企業は、製造業では62.3%、非製造業では58.8%となり、ともに今後の京都のインバウンド需要についての期待の大きさが窺われる。

規模別では、「良くなる」とみる企業が、「大規模企業」（66.7%）、「中規模企業」（64.3%）、「小規模企業」（59.1%）ともに6割前後と高い比率を占めている。

表2 「良くなる」とみている個別業種について

「良くなる」とみる主な業種(製造業)		「良くなる」とみる主な業種(非製造業)	
輸送機械	80.0%	小売業	71.9%
その他	78.6%	その他卸売業	66.7%
和装繊維製品	77.8%	サービス業	66.6%
化学	72.7%	不動産業	64.3%
一般機械	67.9%	その他繊維製品卸売業	63.6%

図2 今後の京都のインバウンド需要の見通し



### 3. 東京オリンピック開催以降のインバウンド需要の見通し

「東京オリンピック開催以降のインバウンド需要」について聞いたところ、「良くなる」とした企業が28.7%（「良くなる」8.7%、「やや良くなる」20.0%）、「悪くなる」とした企業も28.7%（「悪くなる」5.5%、「やや悪くなる」23.2%）と同じ割合で拮抗し、期待と不安が入り混じる結果となっている（なお、「どちらともいえない」が42.6%）。このことから、必ずしもオリンピック終了後の反動減といった悲観一辺倒の見方とはなっていないことも明らかとなった。（図3）。

業種別では、「良くなる」（「良くなる」と「やや良くなる」の合計、以下同）とみる企業は、製造業で30.9%であったのに対し、非製造業では26.7%となり、製造業の方が幾分前向きな見方が多くなっている。一方、「悪くなる」（「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計、以下同）とみる企業は、製造業で28.5%、非製造業では28.9%となっている。

規模別では、「良くなる」とみる企業が「小規模企業」が29.5%、「中規模企業」が28.8%となった一方で、「大規模企業」は8.3%にとどまっている。また「悪くなる」とみる企業は「中規模企業」37.6%、「小規模企業」26.7%「大規模企業」8.3%となっている。

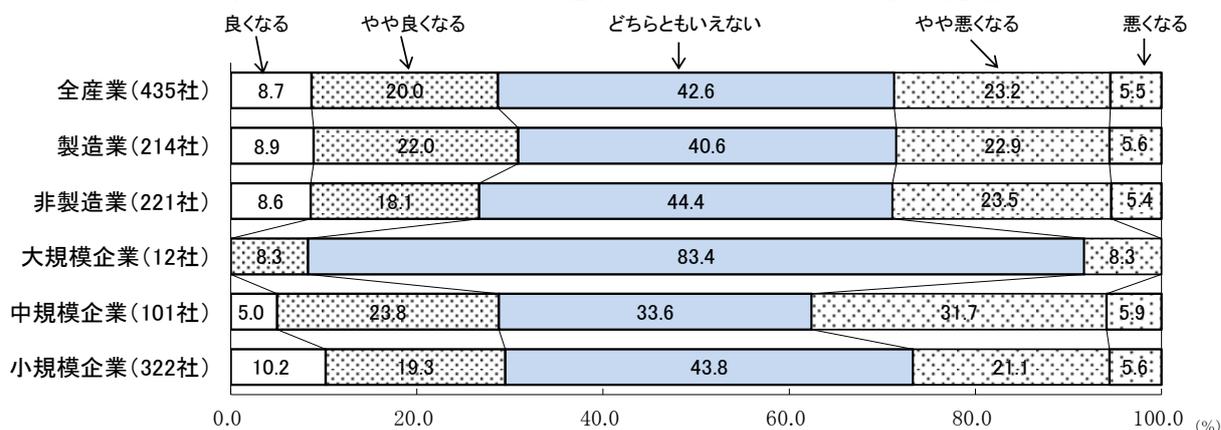
表3 「良くなる」とみている個別業種について

「良くなる」とみる主な業種	
その他製造業	57.1%
一般機械製造業	53.6%
紙加工・印刷製造業	45.0%
その他卸売業	38.9%
その他繊維製品製造業	38.4%
不動産業	35.7%
サービス業	33.4%

「悪くなる」とみている個別業種について

「悪くなる」とみる主な業種	
木材・木製品製造業	50.0%
窯業・土石	50.0%
不動産業	50.0%
運輸・倉庫業	45.0%
食料品卸売業	42.8%
食料品製造業	41.3%
輸送機械製造業	40.0%

図3 東京オリンピック開催以降のインバウンド需要の見通し



#### 4. インバウンド向けの特別な展開について

「インバウンド向けの特別な展開」を予定していると答えた企業は全体の6.9%、社数にして30社とやや限定的な対応にとどまっているが、製造業、非製造業を問わず、様々な業種・企業で新たな取り組みを始めていることが明らかとなった。

また、特別な展開の具体例を聞いたところ（複数回答）、「新商品の開発」と回答した企業が66.7%と最も多く、次に「新規設備の増設・能力増強」(33.3%)や「新事業・出店等による市場開拓」(30.0%)などが続いた。（表4）。

30社を業種別にみると、一般的にインバウンド需要との関係性の強さがイメージされる非製造業で18社と6割を占めるが、製造業でも12社を数え、多彩な顔ぶれが新たな取り組みに挑戦している。（表5、表6）

表4 計画している特別な展開について（アンケート結果）

新商品の開発	66.7%
新規設備の増設・能力増強	33.3%
新事業・出店等による市場開拓	30.0%
既存施設の補修・更新	30.0%
需要増に対応するための雇用人員の増加	6.7%
その他	3.3%

(注)複数回答のため、合計は100.0にならない

表5 特別な展開を計画している業種内訳(30社)

業種	企業数
サービス業	5
食料品製造業	4
その他卸	3
小売業	3
不動産業	3
その他繊維製品製造業	2
その他製造業	2
和装繊維製品製造業	1
電気機械製造業	1
木材・木製品製造業	1
紙加工・印刷製造業	1
その他繊維製品卸売業	1
機械器具卸売業	1
食料品卸売業	1
建設業	1

表6 計画している特別な展開について質問項目別業種内訳

(複数回答のため合計は30社にはならない)

新商品の開発	社数
食料品製造業	4
その他卸売業	3
サービス業	3
不動産業	2
和装繊維製品製造業	1
木材・木製品製造業	1
電気機械製造業	1
小売業	1
紙加工・印刷製造業	1
その他繊維製品製造業	1
その他繊維製品卸売業	1
その他製造業	1

新規設備の増設・能力増強	社数
その他繊維製品製造業	2
小売業	2
サービス業	2
電気機械製造業	1
その他製造業	1
その他卸売業	1
建設業	1

新事業・出店等による市場開拓	社数
不動産業	2
その他繊維製品製造業	1
木材・木製品製造業	1
紙加工・印刷製造業	1
その他製造業	1
機械器具卸売業	1
食料品卸売業	1
小売業	1

既存施設の補修・更新	社数
その他卸売業	2
サービス業	2
その他繊維製品製造業	1
金属製品製造業	1
電気機械製造業	1
食料品製造業	1
その他製造業	1

需要増に対応するための雇用人員の増加	社数
建設業	1
サービス業	1

## 5. インバウンドが自社の業績に与える影響について

「インバウンド需要が自社の業績に与える影響」については「良い影響」と答えた企業が32.4%（「良い影響」5.5%、「どちらかといえば良い影響」26.9%）となり、「悪い影響」とした企業は僅かに2.3%（「悪い影響」0.7%、「どちらかといえば悪い影響」1.6%）にとどまり、その恩恵・波及効果に期待する企業が多数を占めている（図4）。また、「良い影響」と答えた企業に対して、その具体的内容（複数回答）を聞いたところ、「訪日外国人観光客の増加による消費需要の増加」が56.7%と最も多く、次に「公共インフラ整備などの設備投資需要の増加」36.2%、「訪日外国人観光客の増加による宿泊需要の増加」34.8%と続いた。（表7、8）

業種別では、良い影響と回答した企業（「良い影響」と「どちらかといえば良い影響」の合計、以下同）は、製造業で25.6%であったのに対し、インバウンド需要との関係性の深い非製造業では39.1%と製造業を大きく上回っている（図4）。

具体的には、「訪日外国人客の増加による消費需要の増加」を挙げた業種は食料品、和装繊維、紙加工・印刷などの製造業や、和装繊維卸、食料品卸、小売業、サービス業などの非製造業と多岐にわたり、着物や西陣織・工芸品などの需要増を見込む和装繊維関連の業種や、観光客増加による食料品需要の増加などが見込まれている。また、「公共インフラ整備などの投資需要の増加」では建設業や不動産業に加え、機械4業種や木材・木製品、プラスチック製品などの製造業にも広がり、さらには、「訪日外国人観光客の増加による宿泊需要の増加」には、サービス業、不動産業、建設業などで「良い影響」が期待されている（表9）。

なお、一般的にはインバウンド消費の恩恵を最も享受するとイメージされる小売業では、「良い影響」を受けると回答した企業は34.4%にとどまっており、建設業（43.8%）や不動産業（42.8%）よりも低いという意外な結果も示されている。一概にインバウンド需要といっても、大手の百貨店や量販店、ドラッグストアなどの大企業中心の免税店と観光地周辺の業者にその恩恵は偏在しており、総じて中小・零細小売業者にまではその恩恵が必ずしも広がっていないという一側面をも今回調査は浮かび上がらせている。

規模別では、「良い影響」と回答した企業が「小規模企業」（34.2%）、「中規模企業」（28.8%）となった一方で「大規模企業」（16.6%）となった（図4）。

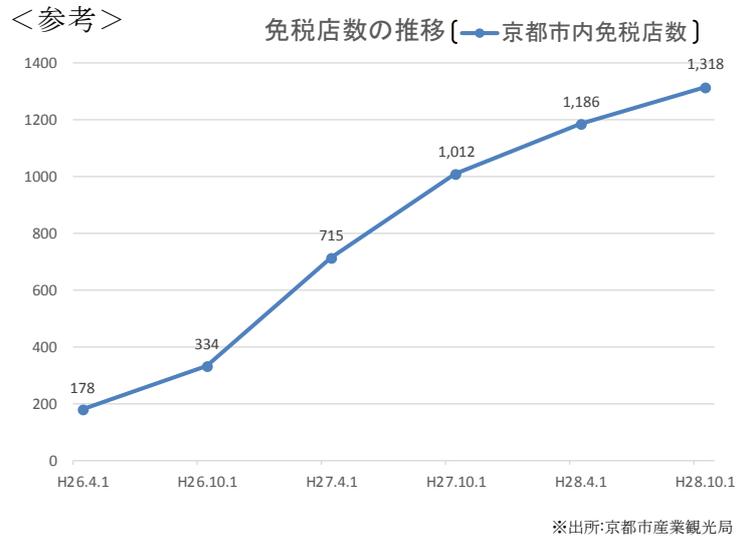


表7 自社の業績に与える良い影響に関するアンケート結果

「良い影響」と回答した主な業種(製造業)

その他	57.1%
木材・木製品	42.8%
食料品	34.4%
電気機械	33.3%
和装繊維製品	33.3%

「良い影響」と回答した主な業種(非製造業)

和装繊維製品卸売業	60.0%
食料品卸売業	57.1%
サービス業	47.2%
その他卸売業	44.4%
建設業	43.8%
不動産業	42.8%
小売業	34.4%

表8 自社の業績に与える良い影響とは具体的にどのようなものかについてのアンケート結果

訪日外国人観光客の増加による消費需要の増加	56.7%
公共インフラ整備などの設備投資需要の増加	36.2%
訪日外国人観光客の増加による宿泊需要の増加	34.8%
地価の上昇による保有資産の価値向上	9.2%
ネット環境の整備など情報インフラの普及	7.8%
その他	5.0%

(注)複数回答のため、合計は100.0にならない

表9 自社の業績に与える良い影響とは具体的にどのようなものかについて質問項目別に回答が多かった業種

訪日外国人観光客の増加による消費需要の増加

化学	100.0%
和装繊維製品製造業	100.0%
金属製品製造業	100.0%
輸送機械製造業	100.0%
食料品製造業	100.0%
プラスチック製品製造業	100.0%
和装繊維製品卸売業	100.0%
食料品卸売業	100.0%
小売業	100.0%
紙加工・印刷製造業	80.0%

訪日外国人観光客の増加による宿泊需要の増加

輸送機械製造業	100.0%
機械器具卸売業	100.0%
その他繊維製品卸売業	66.7%
建設業	66.7%
不動産業	66.7%

公共インフラ整備などの設備投資需要の増加

輸送機械製造業	100.0%
精密機械製造業	100.0%
プラスチック製品製造業	100.0%
機械器具卸売業	100.0%
一般機械製造業	71.4%

地価の上昇による保有資産の価値向上

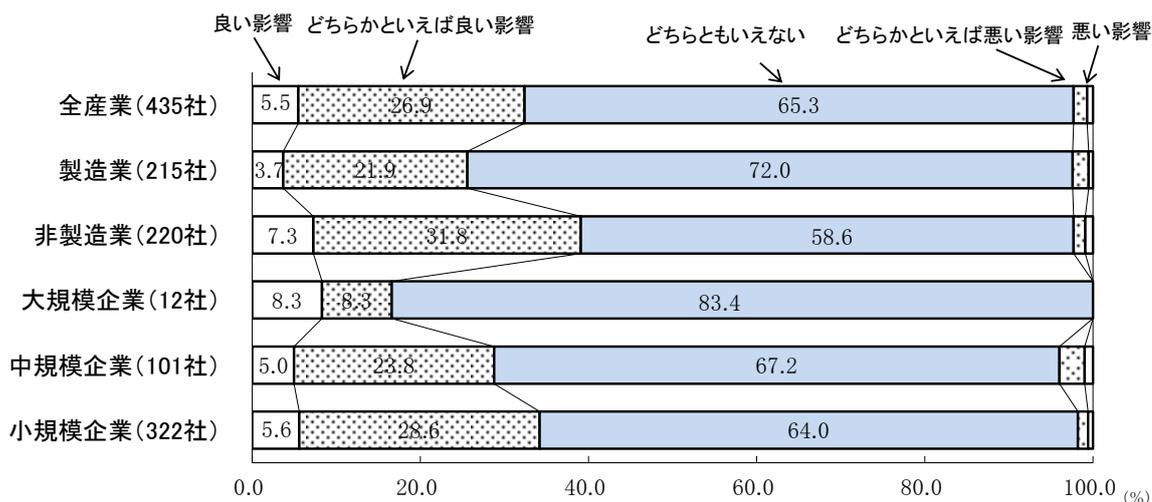
木材・木製品製造業	66.7%
不動産業	66.7%
精密機械製造業	50.0%
和装繊維製造業	33.3%
電気機械製造業	22.2%

ネット環境の整備など情報インフラの普及

木材・木製品製造業	33.3%
和装繊維製品卸売業	33.3%
その他製造業	25.0%
運輸・倉庫業	25.0%
紙加工・印刷製造業	20.0%

(注)複数回答のため、合計は100.0にならない

図4 インバウンドが自社の業績に与える影響



## 6. 今後のインバウンド需要について期待すること

「今後のインバウンド需要について期待すること(複数回答)」については、「景気活性化による個人消費の増加」(49.5%)が最も多く、次に「社会インフラの整備進展」(38.8%)や「インバウンド需要の更なる増加」(22.7%)、さらには「公共事業の増加」、「宿泊施設建設による需要増加」(いずれも 21.3%)と続いた。インバウンド需要による2次波及効果によって個人消費の活性化や自社商品の受注増加に期待している様子が窺える。(表 10)

業種別では、「景気活性化による個人消費の増加」が、製造業(55.3%)、非製造業(43.9%)ともに最も期待している項目となった。(表 11)

規模別でも、「景気活性化による個人消費の増加」が「中規模企業」(63.4%)、「大規模企業」(50.0%)、「小規模企業」(45.2%)といずれも最も多く、京都企業全体で同じような傾向となっている。(表 12)

表 10 今後のインバウンド需要について期待することについてのアンケート結果

景気活性化による個人消費の増加	49.5%
社会インフラの整備進展	38.8%
インバウンド需要のさらなる増加	22.7%
公共事業の増加	21.3%
宿泊施設建設による需要増加	21.3%
自社商品の受注増加	19.7%
その他	1.1%

表 11 業種別上位項目

### 製造業

景気活性化による個人消費の増加	55.3%
社会インフラの整備進展	39.1%
自社商品の受注増加	24.7%

### 非製造業

景気活性化による個人消費の増加	43.9%
社会インフラの整備進展	38.5%
宿泊施設建設による需要増加	27.1%

表 12 企業規模別上位項目

### 大規模企業

景気活性化による個人消費の増加	50.0%
社会インフラの整備進展	41.7%
インバウンド需要のさらなる増加	41.7%

### 中規模企業

景気活性化による個人消費の増加	63.4%
社会インフラの整備進展	35.6%
自社商品の受注増加	24.8%

### 小規模企業

景気活性化による個人消費の増加	45.2%
社会インフラの整備進展	39.6%
公共工事の増加	24.5%

## 7. 今後のインバウンド需要について懸念すること

「今後のインバウンド需要について懸念すること(複数回答)」については、「観光地域の治安悪化」(52.1%)が最も多く、次に日本の企業全体で懸念されている「人手不足の問題」(45.9%)や、「公共交通機関の混雑による影響」(32.8%)が多いことから、増加傾向にある訪日外国人に対しての受け入れ環境が整備できていないのではないかという不安が示されている。(表 13)

業種別では、「観光地域の治安悪化」が製造業(51.6%)と非製造業(52.5%)ともに最も懸念している項目となった。(表 14)

規模別では、「観光地域の治安悪化」が「中規模企業」(59.4%)、「小規模企業」(50.8%)で最も多かったのに対し、「大規模企業」では「人手不足」(50.0%)、「公共交通機関の混雑による影響」(50.0%)の2つの項目に懸念が集中している。(表 15)

表 13 今後のインバウンド需要について懸念することについてのアンケート結果

観光地域の治安悪化	52.1%
人手不足	45.9%
公共交通機関の混雑による影	32.8%
不動産価格の高騰	26.1%
宿泊施設の不足	25.0%
自社商品の受注減	2.3%
その他	1.1%

(注)複数回答のため、合計は 100.0 にならない

表 14 業種別上位項目

### 製造業

観光地域の治安悪化	51.6%
人手不足	44.7%
公共交通機関の混雑による影響	36.3%

### 非製造業

観光地域の治安悪化	52.5%
人手不足	47.1%
公共交通機関の混雑による影響	29.4%

表 15 企業規模別上位項目

### 大規模企業

人手不足	50.0%
公共交通機関の混雑による影響	50.0%
観光地域の治安悪化	25.0%

### 中規模企業

観光地域の治安悪化	59.4%
人手不足	42.6%
公共交通機関の混雑による影響	40.6%

### 小規模企業

観光地域の治安悪化	50.8%
人手不足	46.7%
公共交通機関の混雑による影響	29.7%

## 8. インバウンド需要について今後の課題

「インバウンド需要について今後の課題(複数回答)」を聞いたところ、「民泊などの規制や法整備」(50.9%)が最も多く、次に「観光客増加に対する道路や交通(鉄道、空港等)インフラ整備の遅れ」(46.1%)や「オリンピック需要の反動」(39.0%)、「電子決済サービスの利用拡大によるキャッシュレス整備」(33.7%)などが課題になるとの見方が多数を占めた。ここでも増加する訪日外国人観光客に対しての受け入れ環境の整備を京都の企業は重要視している様子が窺える。(表 16)

業種別では、製造業は「民泊などの規制や法整備」(44.7%)と「観光客増加に対する道路や交通(鉄道・空港等)インフラ整備の遅れ」(44.7%)の2項目が最も多く、非製造業は「民泊などの規制や法整備」(57.0%)が最も高い比率となっている。(表 17)

規模別では、「観光客増加に対する道路や交通(鉄道・空港等)インフラ整備の遅れ」が「中規模企業」(54.5%)と「大規模企業」(50.0%)で最も多かった。一方、「小規模企業」は「民泊などの規制や法整備」(51.7%)が最も多く、これに「観光客増加に対する道路や交通(鉄道・空港等)インフラ整備の遅れ」(43.3%)が続いている。(表 18)

表 16 インバウンド需要についての今後の課題のアンケート結果

民泊などの規制や法整備	50.9%
観光客増加に対する道路や交通(鉄道・空港等)インフラ整備の遅れ	46.1%
オリンピック需要の反動	39.0%
電子決済サービスの利用拡大によるキャッシュレス整備	33.7%
文化遺産の修復、維持・管理	21.3%
無料無線LANや5G(第5世代通信)の拡充などによるネット環境の整備など情報インフラの普及	19.5%
その他	2.5%

(注)複数回答のため、合計は 100.0 にならない

表 17 業種別上位項目

### 製造業

交通インフラ整備の遅れ	44.7%
民泊などの規制や法整備	44.7%
オリンピック需要の反動	36.3%

### 非製造業

民泊などの規制や法整備	57.0%
交通インフラ整備の遅れ	47.5%
オリンピック需要の反動	41.6%

表 18 企業規模別上位項目

### 大規模企業

交通インフラ整備の遅れ	50.0%
キャッシュレス整備	41.7%
オリンピック需要の反動	33.3%

### 中規模企業

交通インフラ整備の遅れ	54.5%
民泊などの規制や法整備	52.5%
キャッシュレス整備	40.6%

### 小規模企業

民泊などの規制や法整備	51.7%
交通インフラ整備の遅れ	43.3%
オリンピック需要の反動	39.6%