

第 1 回

三島駅インバウンド誘客検討会

2025.6.13

次 第

- 1.三島駅と訪日外国人観光客をめぐる状況
- 2.インバウンド誘客に向けた取組等について
- 3.進め方（検討体制、スケジュール）について
- 4.その他

趣 旨

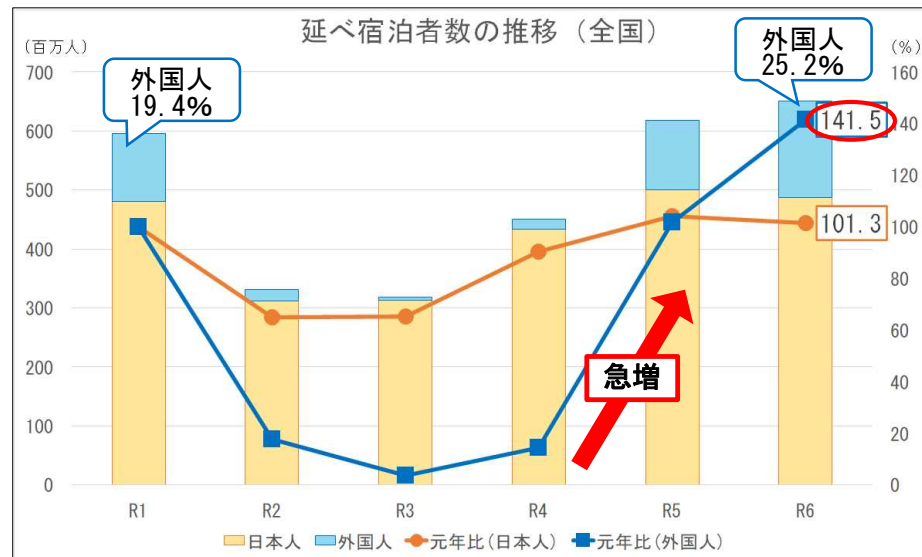
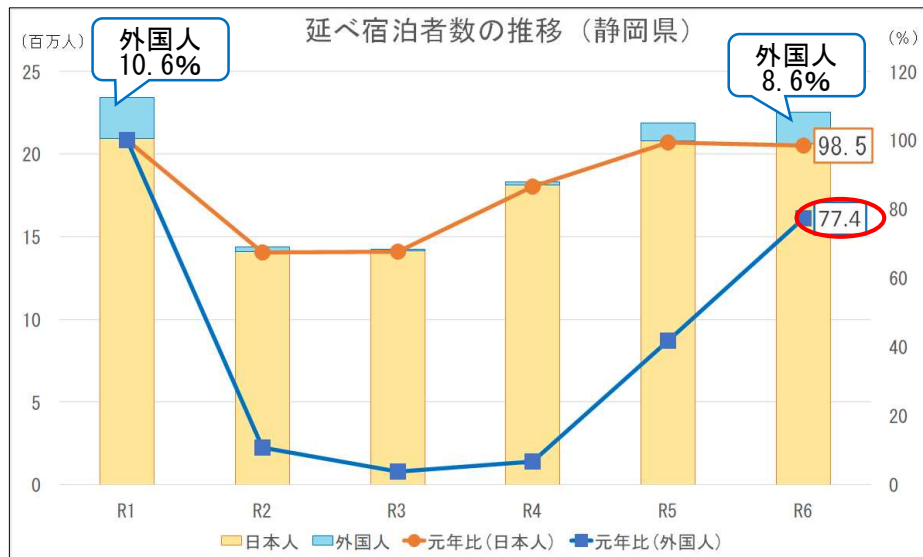
- ・ J R 東海道新幹線三島駅で乗降する訪日外国人観光客の増加等に鑑み、今後の本県へのインバウンド誘客拡大に向け有意な事項を検討する。
- ・ 検討会は、次に掲げる事項について検討及び協議する。
 - (1)三島駅で乗降するインバウンドの状況把握と県内への誘客拡大に向けた方策等の検討に関すること。
 - (2)その他必要事項に関すること。

1.三島駅と訪日外国人観光客をめぐる状況

訪日外国人観光客の状況（全国・本県）

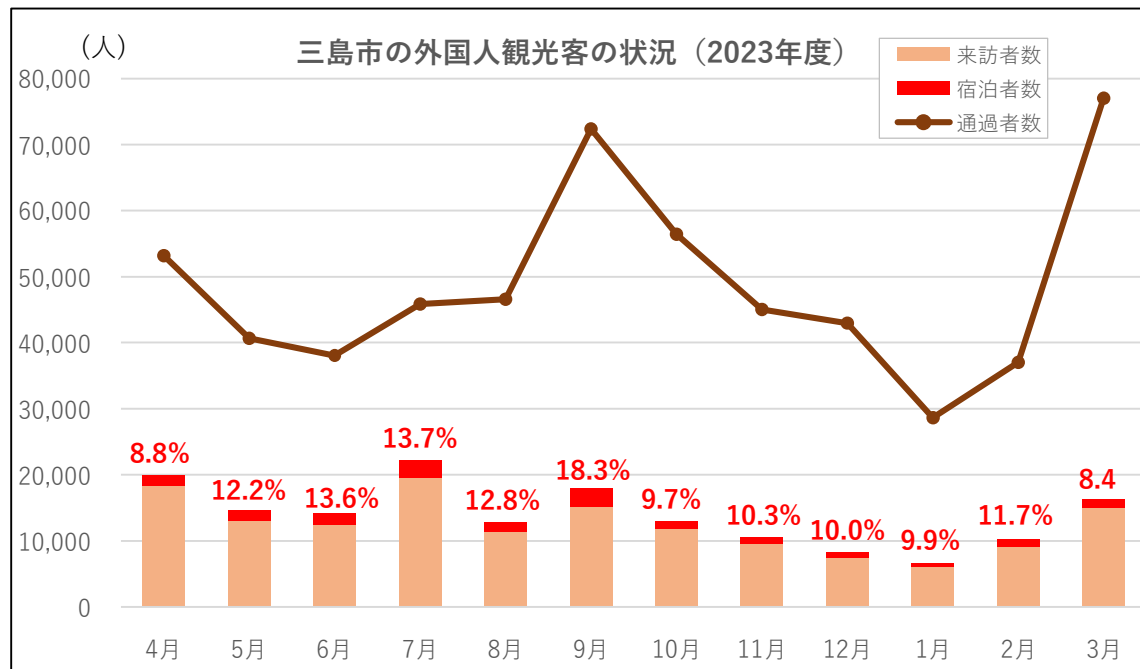
- ・ 令和6年の本県における外国人延べ宿泊者数は8.6%（全国：25.2%）
- ・ 令和元年比で77.4%（全国：141.5%）

▶▶ 全国で外国人観光客が急増する一方、本県では伸び悩んでいる



三島駅周辺の状況①

- 三島市に宿泊する外国人観光客はごくわずか ▶▶ 2023年度全体で**11.8%**
- 三島市を通過する外国人観光客が圧倒的に多い



出典：静岡県データ分析プラットフォーム

2023年度の数値

来訪者数 **166,861人**

うち宿泊客数 **17,623人**
来訪者数の**11.8%**

通過者数 **584,005人**



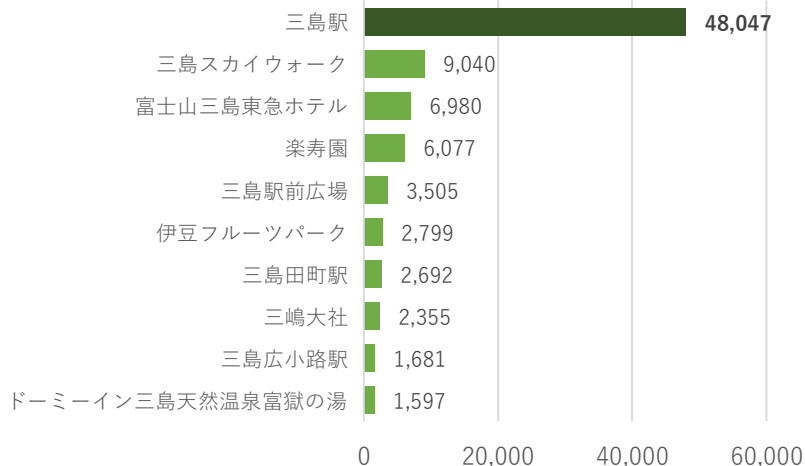
滞在者数が少ない！

三島駅周辺の状況②

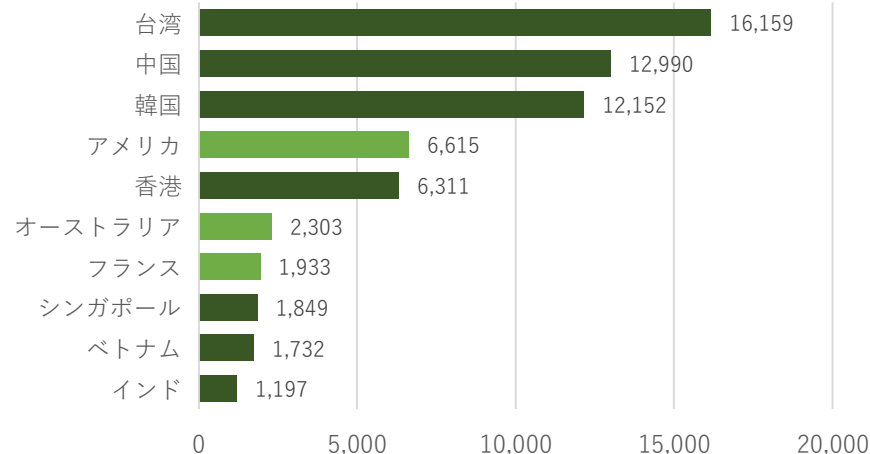
- ・三島駅への来訪者数が突出して多く、その他の施設には訪れていない
- ・台湾、中国、韓国などアジア圏から訪れる外国人観光客が多い

▶▶ 三島はあくまでも「経由地」で、旅の「目的地」ではない？

スポット別来訪者数 上位10か所（2024年）



居住地別来訪者数 上位10地域（2024年）



出典：静岡県データ分析プラットフォーム

三島駅…訪日外国人観光客ルートから

特長

- ・ 訪日外国人観光客に人気の高い東京、京都、箱根、河口湖等と各種の交通手段（新幹線、在来線、バスなど）で直結
- ・ いわゆるゴールデンルート上に位置し、ひかり号も停車、利便性が高い



訪日外国人延宿泊者数 全国・他県との経年比較(2013-2024)

- ・ 県内の増減率（2019年→2024年）は△22.6%（全国41.5%）
- ・ 石川県、広島県は全国平均以上の上昇率
- ・ 岐阜県、長野県、山梨県の増減率は全国平均以下だが、増傾向

* 2024延べ宿泊数で
本県同規模の県を
比較

	平成25年 (2013)	平成28年 (2016)	令和元年 (2019)	令和 6 年 (2024)	増減率		
					13→16	16→19	19→24
全 国	33,495,730	69,388,940	115,656,350	163,598,990	107.2%	66.7%	41.5%
石川県	326,380	623,460	984,720	2,279,450	91.0%	57.9%	131.5%
広島県	365,800	839,710	1,322,280	1,968,440	129.6%	57.5%	48.9%
岐阜県	416,740	1,013,490	1,660,330	2,305,600	143.2%	63.8%	38.9%
長野県	543,090	1,134,940	1,577,570	2,186,010	109.0%	39.0%	38.6%
山梨県	492,230	1,371,300	2,054,960	2,382,060	178.6%	49.9%	15.9%
静岡県	559,740	1,570,350	2,493,790	1,930,170	180.5%	58.8%	-22.6%

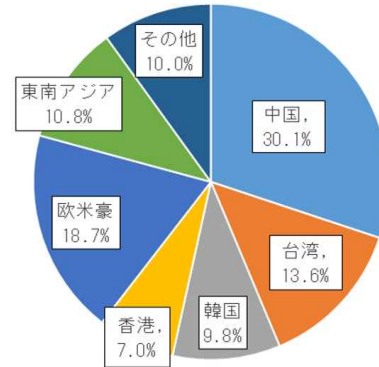
訪日外国人観光客の特性（国籍・頻度）

【延べ宿泊者数】

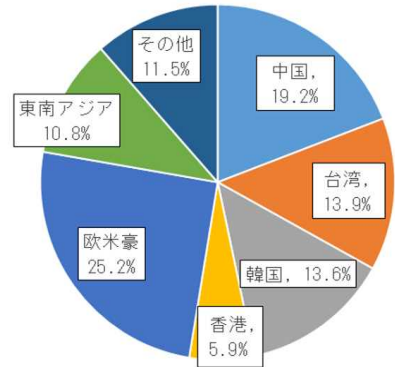
（全国）東アジア主流だが、台湾・韓国にも分散し、欧米豪も増加

（本県）中国と中国以外のバランスは平準化傾向だが、圧倒的多数を占めていた中国が大幅減するも、依然約4割と突出

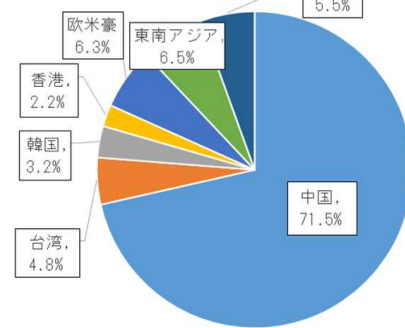
令和元年外国人延べ宿泊者数の割合
（全国）



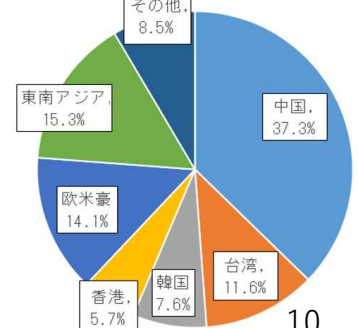
令和6年外国人延べ宿泊者数の割合
（全国）



令和元年外国人延べ宿泊者数の割合
（静岡県）



令和6年外国人延べ宿泊者数の割合
（静岡県）



訪日外国人観光客の特性（頻度）

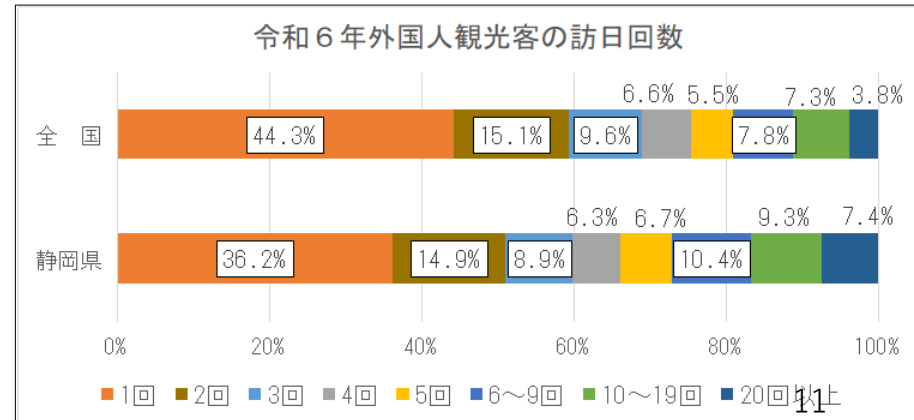
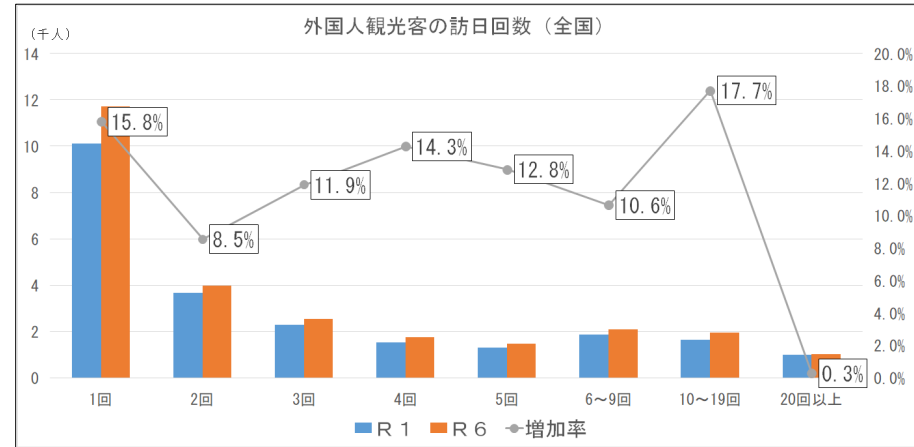
【訪日回数】

（全国）

- ・元年と比較すると、全体的に増加
- ・特に、訪日1回目的人数が多く、増加率も高い

（本県）

- ・全国と比較すると、訪日1回目が少ない
- ・訪日5回目以上はいずれも多い



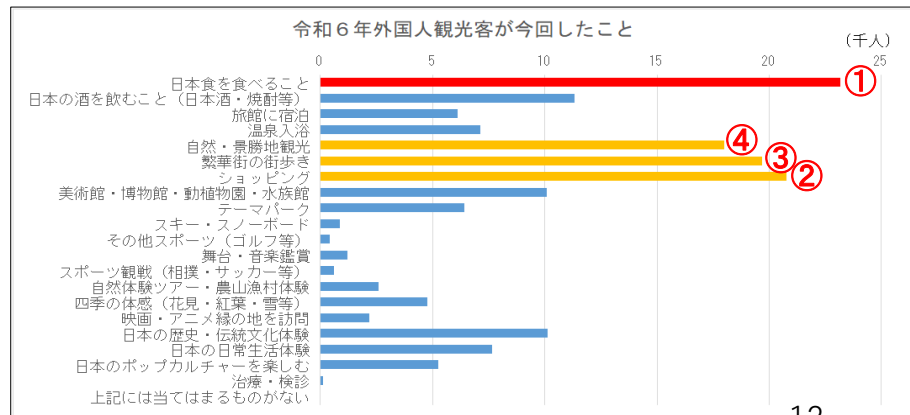
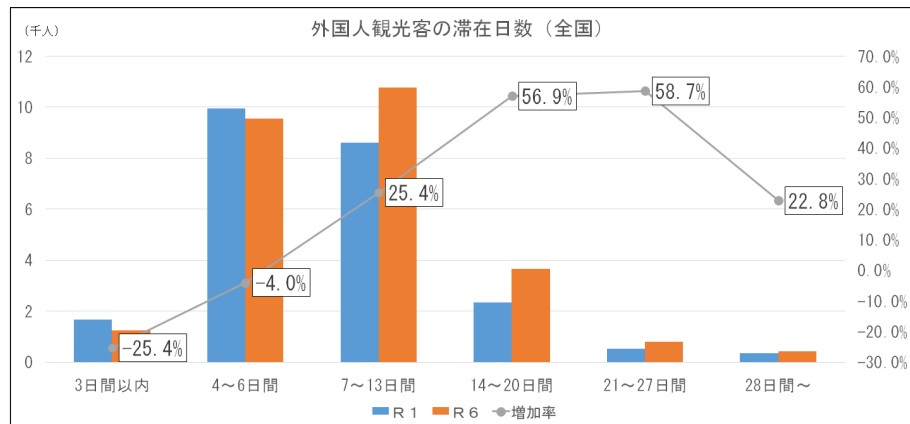
訪日外国人観光客の特性（滞在日数・旅行内容）

【滞在日数(全国)】

- ・ 元年は「4～6日間」が最多だったが、令和6年は「7～13日間」が最多
- ・ 総じて滞在日数は長期化の傾向

【旅行内容】

- ・ 「日本食を食べること」は、旅行前後いずれも1位
- ・ 旅行内容で上位だった
「ショッピング」は2位→4位
「繁華街の街歩き」は、3位→6位
- ・ 「自然・景勝地観光」は4位→2位
「温泉入浴」は8位→3位

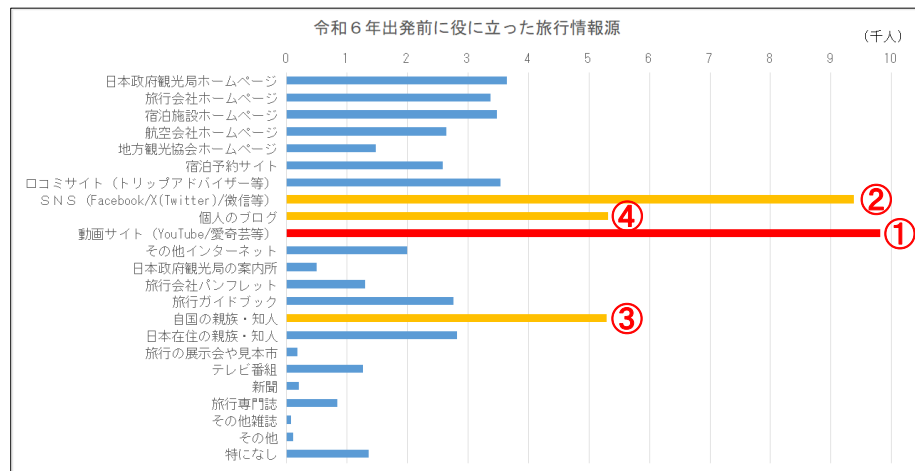


訪日外国人観光客の特性（旅マエ・旅ナカ情報）

【旅マエ情報】

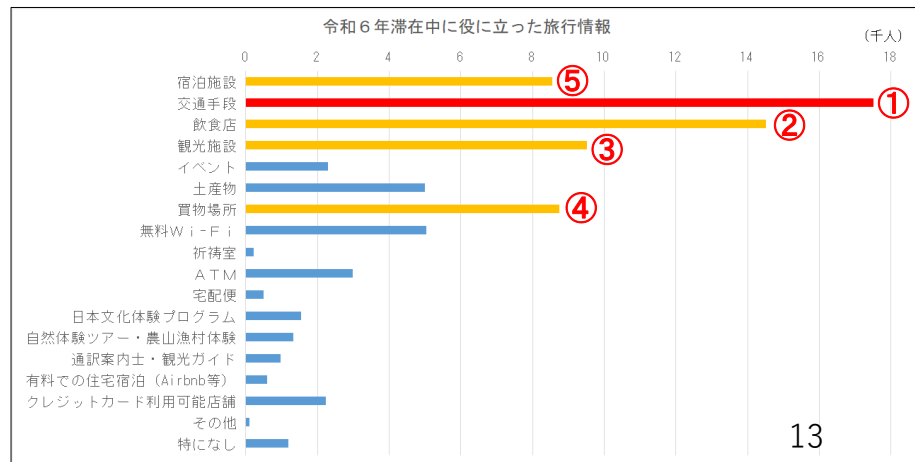
（利用する情報源）

- ・「動画サイト」が1位で、「SNS」が2位（僅差）
- ・「自国の親族・知人」が3位で、「個人のブログ」が4位（僅差）



【旅ナカ情報】

- ・滞在中に役に立った旅行情報は、「交通手段」が1位で、「飲食店」が2位
- ・以降、「観光施設」や「買物場所」、「宿泊施設」が続く



関係者ヒアリング

- ・伊豆観光局では、インバウンド誘客の現状把握、課題明確化等を目的に、関係者（観光事業、旅行業、交通事業者、等）からヒアリングを推進中（4月～）
- ・データの取得・分析や他県調査等も含め、今後も調査を推進

ルート	・バス利用は、三島駅→河口湖より、河口湖→三島駅の方が多い ・三島駅は河口湖や箱根へ向かう際の通過点 ・三島からのルートは、渋滞も少なく価格も安い人気 ・一部の富裕層は高級車をハイヤー予約するが、全体にタクシー利用は少ない ・三島－河口湖間のルート強化をバス会社に働きかけ、西からの旅客が入るようになった ・ジャンボタクシー利用者の6～7割が外国人 ・東京からタクシーで来る人もいる（河口湖）
情報取得 ・予約	・欧米系観光客は宿だけ確保し、訪問先等の予定は直前予約が目立つ ・旅マエが強調されるが旅ナカも重要 ・首都圏に近い本県は東京in東京outに組み込みやすい ・富裕層（高級ホテル滞在者）はコンシェルジュに訪問先や旅程等を頼る傾向 ・大手代理店の商品造成に伊豆を組み込むのは難しい
チケット ・予約	・フリーパスはインバウンド客に人気（直前予約の志向にマッチ）ただし売上金分配は難しい課題 ・バス予約アプリ「セキトリ」は予約を解禁するとすぐに埋まる ・三島駅に来て気軽に一日で回れるツアーがあるとよい

関係者ヒアリング（続き）

魅力発信 ・おもてなし	・言語など受入側がインバウンド対応を意識しすぎる必要はない。「ありのまま」に大きな魅力がある ・「富士山といえば山梨」が海外の認識。伊豆は情報入手手段が少ないが、ポテンシャルは高く、歴史やストーリーとともに伝えると響く ・欧米系は写真、動画に独特の視点。普段から拘った映像に接している ・地方に目を向ける海外エージェントに期待、SNS情報発信を強化したい ・シャボテン公園のイルミは外国人にも人気だが、動物園や水族館は受けが今ひとつ ・ゴルフの需要は高い ・世界的な企業の工場の特別公開は富裕層インバウンドのインパクトも大きいのでは ・三島駅周辺のスナックツアーは好評だったが、全体的に店舗の閉店が早くインバウンドに対する意識は低め ・在日外国人へのアプローチも有効
県外の状況 (河口湖)	・局地的だがオーバーツーリズムが問題になっている ・日帰り客が最も多く47.5%で、1泊が21.8%、2泊が20.2% ・団体客よりも個人客が多くなってきたが、現在も中国等へのプロモーション活動は行っている ・富士五湖西部、県北部への観光客の分散化を図りたい ・インバウンド誘致には2000年代初頭から注力。外国人客の予約は早く、日本人客は昨年比7.5%減
その他	・県内観光協会の広域連携や、インバウンドで賑わう箱根や山梨など近隣の観光地との連携の必要を感じている ・「箱根の西の玄関口」など三島駅がハブとして機能することが重要 ・インバウンドは割合が小さく、全体として事業者の意欲はこれまで抑制気味 ・伊豆のホテル等は団体から個人にシフトしており、FITがマッチする ・中国の訪日客数は政治面の影響を受けやすい傾向

(2024年8月)

○国際基督教大学の学生（三島市出身）が実地ヒアリングを実施

背景：経由地点となってしまう「三島」の魅力を伝えたい

概要：19組の観光客(三島駅周辺)に口頭で三島駅前調査を実施

結果：別紙

三島駅インバウンド誘客検討会 ～ 想定される課題

デスティネーションとしての認知度向上

三島駅から観光地、観光地間の交通が脆弱

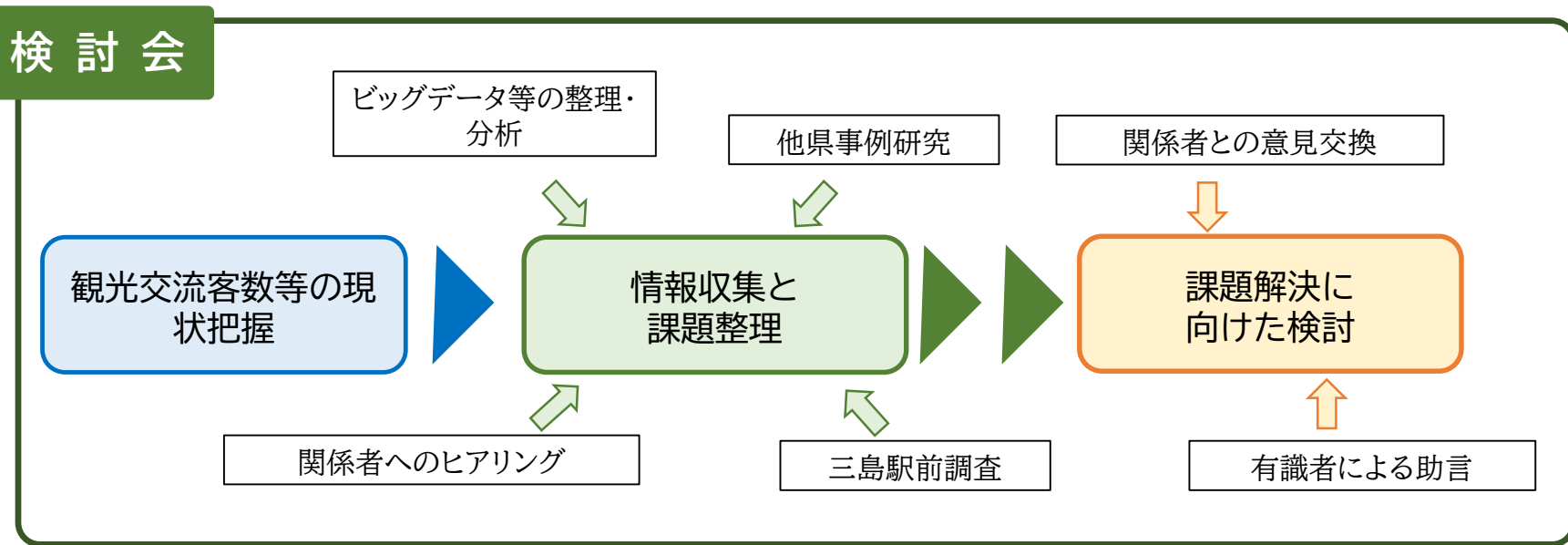
インバウンド向けの新たな滞在価値の創出、など…

検討会を通じ、課題の特定と適切な方策を検討

3. 今後の進め方（体制・実施項目等）

- ・ 県、県観光協会、伊豆地域DMO、三島市観光協会で開始（R7.6.13）
- ・ 現状把握から開始し、関係者ヒア・各種調査を進め、論点整理・検討
- ・ 必要に応じメンバーを拡大し4回程度開催。年内の報告を目途

検討会

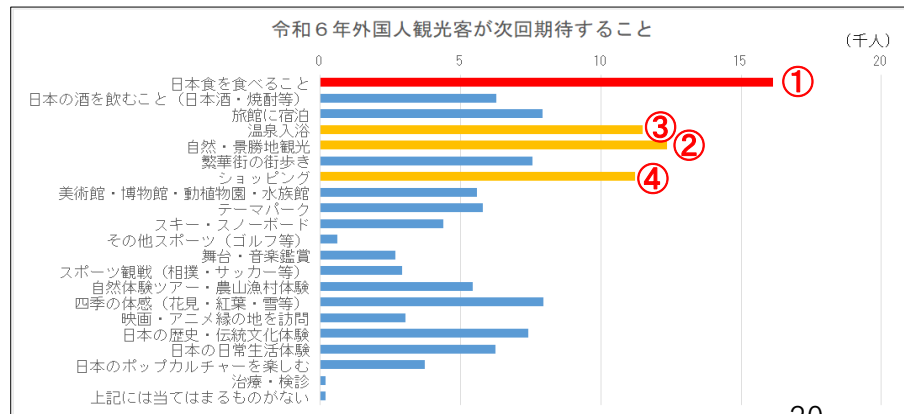
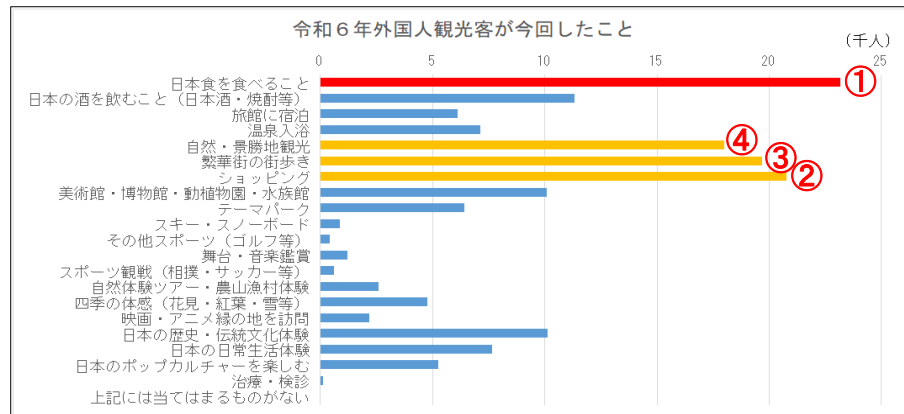


参考資料

訪日外国人観光客の特性（旅行内容）

【旅行内容】

- 「日本食を食べること」は、旅行前後いずれも1位
- 旅行内容で上位だった
「ショッピング」は2位→4位
「繁華街の街歩き」は、3位→6位
- 「自然・景勝地観光」は4位→2位
「温泉入浴」は8位→3位



訪日外国人観光客の特性（旅マエ情報）

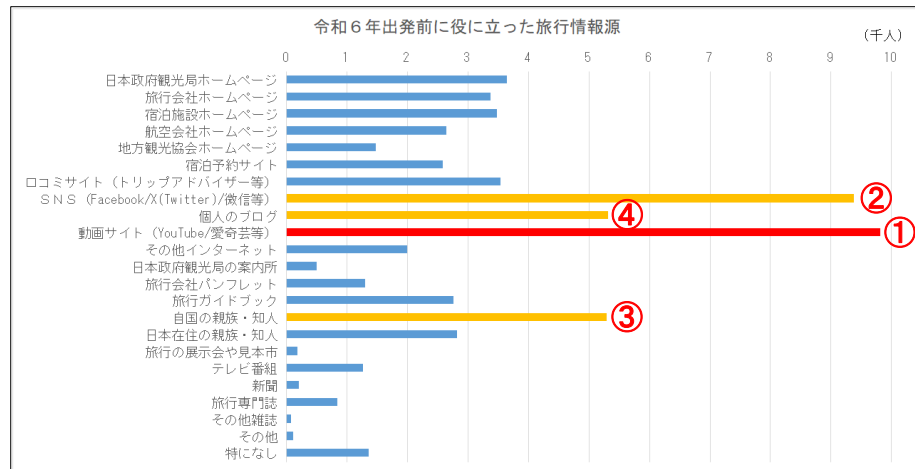
【旅マエ情報】

（総合）

- ・「動画サイト」が1位で、
僅差で「SNS」が2位
- ・「自国の親族・知人」が3位で、
僅差で「個人のブログ」が4位

（国・地域別）

- ・韓国では、個人のブログが最も多い
台湾や香港でも3位
- ・中国、欧米豪や東南アジアでは、
自国の親族・知人が3位



	1 位	2 位	3 位
中国	S N S	動画サイト	自国の親族・知人
台湾	<u>動画サイト</u>	S N S	個人のブログ
韓国	個人のブログ	S N S	動画サイト
香港	<u>動画サイト</u>	S N S	個人のブログ
欧米豪	<u>動画サイト</u>	S N S	自国の親族・知人
東南アジア	S N S	動画サイト	自国の親族・知人
その他	<u>動画サイト</u>	S N S	自国の親族・知人

訪日外国人観光客の特性（旅ナ力情報）

【旅中情報】

- ・「スマートフォン」が1位で、
大多数を占める
- ・「観光案内所」が2位
- ・滞在中に役に立った旅行情報は、
「交通手段」が1位で、
「飲食店」が2位
- ・以降、「観光施設」や「買物場所」、
「宿泊施設」が続く

