

ご説明資料

平成30年10月16日（火）

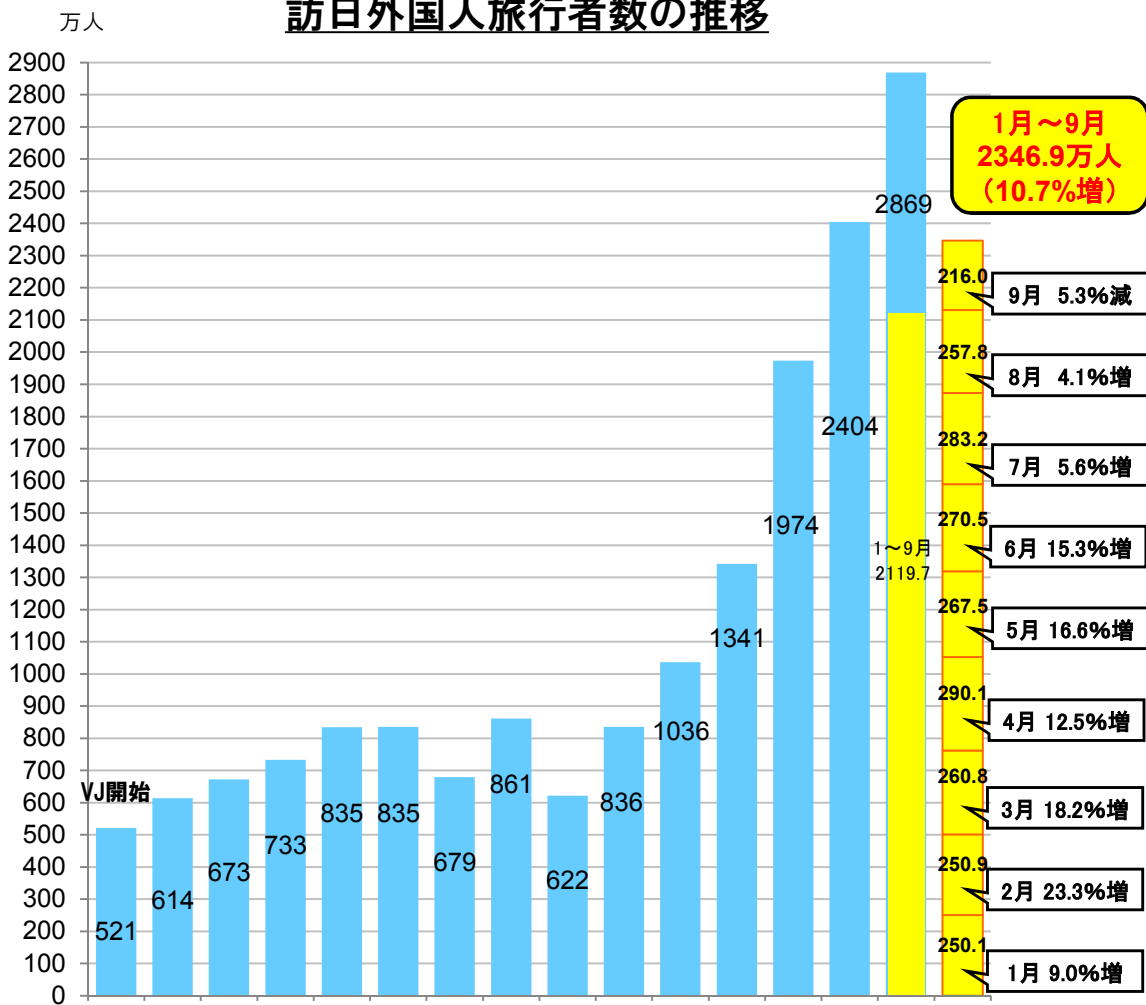
観光庁長官

田端 浩

2018年9月の訪日外国人旅行者数

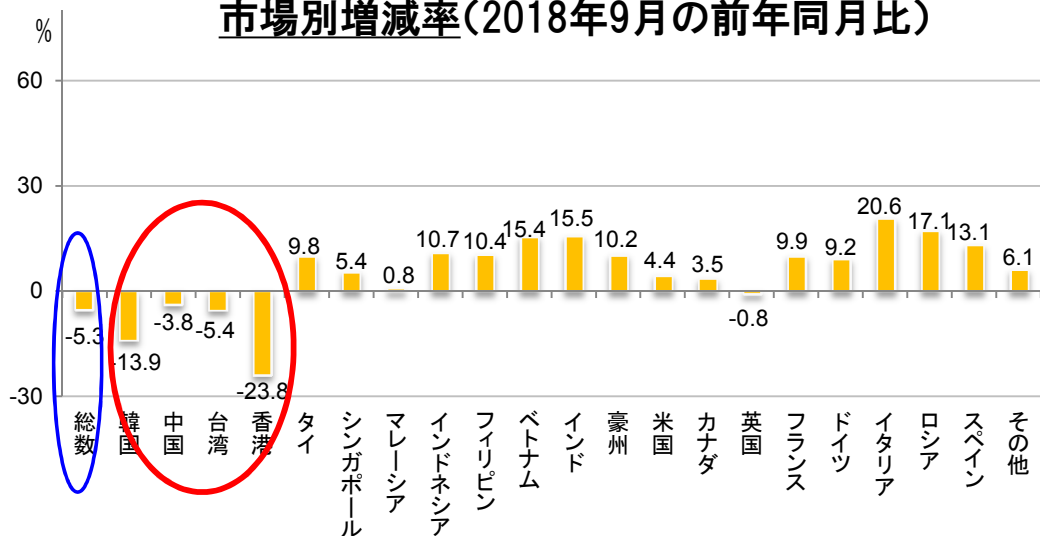
- 台風第21号に伴う関西国際空港の被災による長期間にわたる航空便の欠航や、「平成30年北海道胆振東部地震」など相次ぐ自然災害の影響により、東アジア市場(韓国、中国、台湾、香港)において落ち込んだ。
- この結果、9月の訪日数は対前年同月比 -5.3%の216.0万人となり、2013年1月以来5年8ヶ月ぶりにマイナスとなった。
- 市場別では、重点20市場のうち東アジア4市場及び英国を除く15市場において、9月として過去最高を記録した。

訪日外国人旅行者数の推移

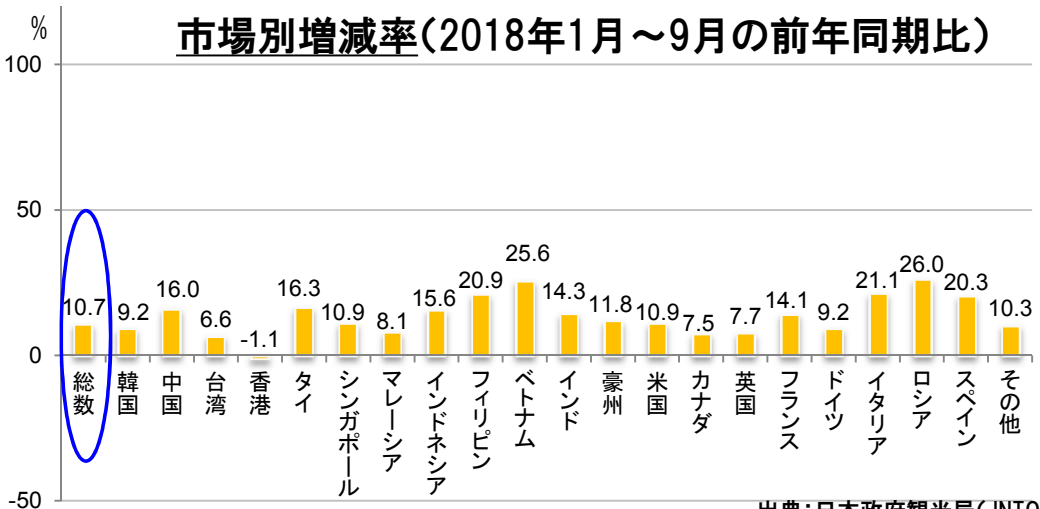


注) 2017年以前の値は確定値、2018年1月～7月の値は暫定値、2018年8月～9月の値は推計値、%は対前年同月比

市場別増減率(2018年9月の前年同月比)



市場別増減率(2018年1月～9月の前年同期比)



関西国際空港の迅速な復旧と「Welcome! KANSAI, Japan.」キャンペーンの展開

関西国際空港の迅速な復旧

9月4日	台風第21号が関西地方に上陸
9月7日	第2ターミナルの再開、第一便運航
9月14日	第1ターミナル南の再開
9月18日	空港アクセス鉄道の運転再開
9月21日	第1ターミナル北の再開 — 旅客ターミナル全体の再開 —
10月11日	旅客施設が本格運用に復帰



「Welcome! KANSAI, Japan.」キャンペーンの展開

Welcome!
KANSAI,
Japan.

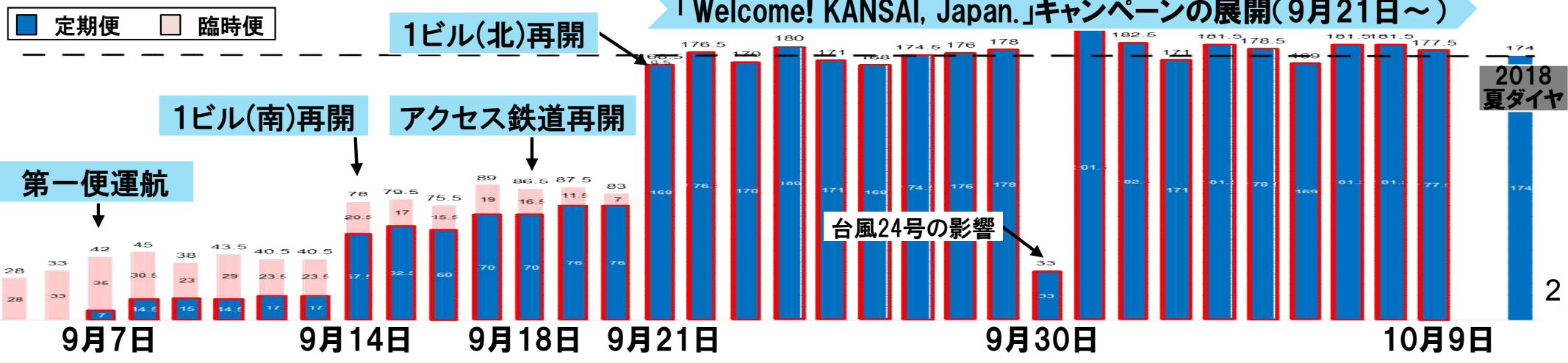
知ってもらう
来てもらう
行ってもらう
楽しんでもらう

関西全域で280以上の取組が展開(10月12日時点)

関西国際空港再開イベント
(9月21日、関空)

キャンペーンサイトの開設
(9月21日、JNTOウェブサイト)

国際線便数は被災前の水準を回復



非常時の外国人旅行者の安全・安心確保のための施策の推進状況について

9月28日に取りまとめられた緊急対策に基づき、各分野で具体策に着手。9月末の台風24号接近時においては、前倒しで対策を実施。

いつでもどこでもつながる体制の確立

JNTO 英語版HP

- JNTOホームページに台風24号特設ページ（英語）を台風接近前の9月28日に開設し、空港、航空会社、新幹線等の鉄道の運行状況、気象情報、JNTOコールセンターの電話番号等を掲載し、以後頻繁に更新。

Warning alert on Typhoon Trami (Typhoon No. 24)

Last update: 30th September, 12:50 JST
 Typhoon Trami (Typhoon Number 24) is projected to approach Okinawa and Amami Islands on September 29th and continue northward along Japan through October 1st. Travelers visiting Japan are advised to check the latest local weather reports, follow directions from local officials and take any other appropriate actions as needed.

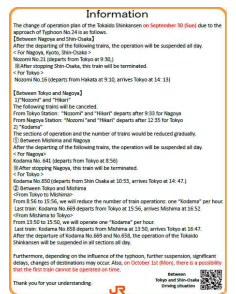
<台風24号特設ページ>

JNTO コールセンター

- 365日24時間、英語・中国語・韓国語できめ細かい相談対応ができる体制をとり、HP、外国人観光案内所への臨時通信（メール）等にて積極的に周知。

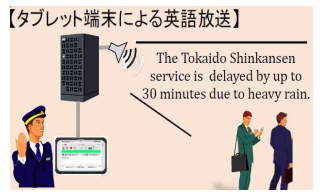
災害発生時等の鉄道における情報提供

- 東海道新幹線（JR東海）等
 - 計画運休を実施し、その旨を駅、車内、ウェブサイト等において複数言語で情報発信。



←4言語での駅頭掲示を実施することで案内強化。（画像は英語）

- 東海道新幹線の駅コンコースにおけるタブレット端末を活用した英語放送の試行を開始。（9/21 JR東海プレスリリース）



災害発生時等の空港における情報提供

- 関西空港（関西エアポート）（台風24号接近時の対応）
 - 充電式のスマートフォンバッテリー150台、蓄電池式充電器3台を手配。
 - 多言語対応スタッフは韓国語・中国語それぞれ8名に増員するとともに、多言語拡声装置をこれまでの2台から8台に増台。
 - ウェブサイトとTwitterでは5言語、Facebookでは日本語と英語での情報発信も行った。



twitterによる滑走路閉鎖等の情報発信を強化。

その他

- NHK
 - 災害特番の中で、英語キャプション・音声やQRコードにより、NHKワールド（英語放送）への誘導を実施。



↑災害特番でのNHK ワールド紹介の英語表示。

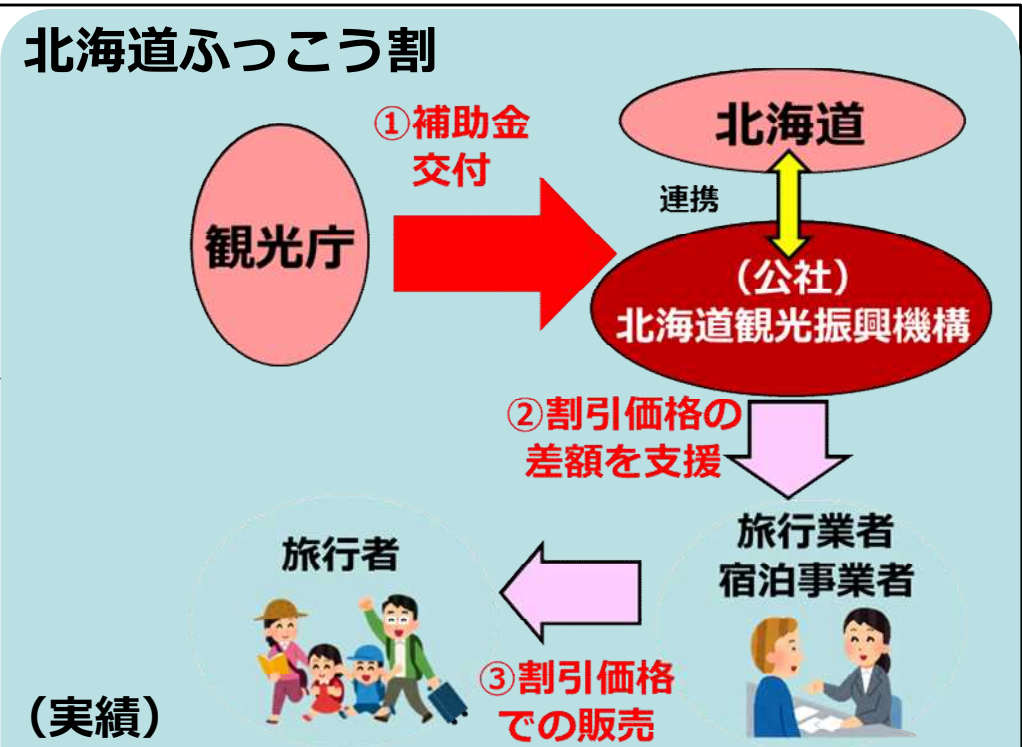


↑NHK ワールドへのQRコードと英字での誘導。

絶好の観光シーズンを迎えた北海道の自然、文化、食等の豊富な観光資源の魅力伝え、国内外の来訪客に道内の体験、滞在を楽しんでいただくため、北海道観光振興機構、JNTO(日本政府観光局)、民間事業者、地方自治体など幅広い関係者の協力を得て、「北海道ふっこう割」も活用しながら、国内外からの来訪者を改めて歓迎する「元気です 北海道／Welcome! HOKKAIDO, Japan.」キャンペーンを実施する。

4つの柱と取組事例

- 知ってもらう**
 - 共通キャンペーンロゴの設定
 - 北海道観光振興機構、JNTO等による道内の魅力あふれる観光資源の国内外に対するきめ細かな情報発信
 - JNTOと航空会社・旅行会社による共同プロモーション
 - 関係省庁との連携による風評被害払拭のための情報発信
- 来てもらう**
 - 北海道全域での旅行商品や宿泊料金の割引支援（北海道ふっこう割）
 - 航空会社、鉄道会社、旅行会社等による割引商品の設定
 - ANA : 訪日旅行者向け運賃を最大約5割値下げ
 - JAL : 北海道発着の訪日外国人向け国内運賃を3割値下げ
 - JR東 : 「えきねっと・モバイルSuica」のスペシャル商品(50%割引)を設定
- 行ってもらう**
 - 北海道内の公共交通事業者による利用促進活動
- 楽しんでもらう**
 - 自然、文化を楽しめる体験・滞在型観光の促進
 - 北海道内の観光施設、ホテル・旅館、飲食店、小売店、等の割引



- (実績)**
- 10月1日以降、本補助制度による割引の運用を開始
 - インターネット上での宿泊予約時に使えるクーポンの形態による割引を先行的に実施
 - ・ 10月1日発行：2億円分（18,851件の予約）
 - ・ 10月5日発行：8億円分（85,149件の予約※10/15時点）
 - 10月中旬から、割引旅行商品等（インバウンド向けを含む）の販売開始



<キャンペーンロゴ> ※ 下線部の一部は予備費を活用して実施

訪日数の早期回復に向けた国別対外発信

東アジア市場についての対策

■ 訪日数を早期に回復させ、これまで以上の伸びを達成するため、市場ごとの特徴やターゲットに応じた取組を集中的に実施

韓国

- 9月の訪日者数：48.0万人(対前年同月比 **-13.9%**)
1～9月の訪日者数合計：569.8万人(対前年同期比 +9.2%)

【訪日数回復に向けた対策】

- **地震に対する抵抗感の大きい市場**
⇒ 風評被害払拭に向けた情報発信が重要
- 最大訪日層である**20～30代の若者層を主なターゲット**とした**情報発信**、LCC定期直行便等を対象とした**航空会社や旅行会社との共同広告**による送客促進を実施。
 - 需要喚起、風評被害払拭のための情報発信
 - ・ メディア、インフルエンサー招請による北海道の情報発信(11月～)
 - ・ 北海道をテーマとしたプロモーションムービー制作、オンライン広告の実施(11月～)
 - 旅行会社や航空会社との共同広告による送客促進
 - ・ 現地旅行会社3社と連携し、Web広告、TVショッピング等により、北海道向け旅行商品の販売促進を実施(10月～)
 - ・ 北海道への航空便を有する現地LCC3社と連携し、Web広告等による共同プロモーションを実施(10月～)
 - 3年ぶりの開催となる日中韓観光大臣会合において、更なる相互交流の拡大を呼びかけ

中国

- 9月の訪日者数：65.3万人(対前年同月比 **-3.8%**)
1～9月の訪日者数合計：644.8万人(対前年同期比 +16.0%)

【訪日数回復に向けた対策】

- 災害による影響は小さいが、関西に比べて**北海道は回復に遅れ**
- 特に北海道について、**20～30代および家族旅行層をターゲット**とした**情報発信**、**旅行会社招請や商談会**による旅行商品造成促進、**旅行会社や航空会社との共同広告**による送客促進を実施。
 - 需要喚起、風評被害払拭のための情報発信
 - ・ 北海道をテーマとしたSNSキャンペーンの実施(11月～)
 - ・ 親子インフルエンサー招請によるSNSでの北海道の情報発信(12月)
 - 旅行会社招請・商談会による旅行商品造成促進
 - ・ 「VISIT JAPAN Travel Mart 2018 -EAST ASIA-」において大阪を含む視察旅行・商談会を実施(11月)
 - 旅行会社や航空会社との共同広告による送客促進
 - ・ OTA、航空会社と連携した北海道や関西の情報発信及び旅行商品の販売促進(11月～)
 - 3年ぶりの開催となる日中韓観光大臣会合において、更なる相互交流の拡大を呼びかけ

訪日数の早期回復に向けた国別対外発信

東アジア市場についての対策

■ 訪日数を早期に回復させ、これまで以上の伸びを達成するため、市場ごとの特徴やターゲットに応じた取組を集中的に実施

台湾

- 9月の訪日者数：32.9万人(対前年同月比 **-5.4%**)
1～9月の訪日者数合計：369.0万人(対前年同期比 +6.6%)

【訪日数回復に向けた対策】

- 災害に対する抵抗感が比較的小さい市場ではあるが、**年配層や団体旅行層に一部風評被害が残っている**
- 風評被害払拭のための**情報発信、航空会社との共同広告**による送客促進を実施。
- 需要喚起、風評被害払拭のための情報発信
 - ・ 北海道・関西のプロモーションムービーを活用したオンライン広告(11月～)
 - ・ インフルエンサー招請及びその後の一般消費者向け旅行イベントの開催、メディアによる発信(11月～)
 - ・ 特にリピーター層を対象とした、メディア・インフルエンサーによる北海道の旅行記事の配信(12月～)
- 航空会社との共同広告による送客促進
 - ・ 北海道、関西の各路線の搭乗率向上のため、LCC等航空会社との共同広告を実施(11月～)

香港

- 9月の訪日者数：12.6万人(対前年同月比 **-23.8%**)
1～9月の訪日者数合計：166.2万人(対前年同期比 **-1.1%**)

【訪日数回復に向けた対策】

- **災害に対する抵抗感が大きい市場**
⇒ 風評被害を払拭するための情報発信が重要
- 特に北海道について、最大ボリューム層である**20代～40代女性層を主なターゲットとした情報発信、航空会社や旅行会社との共同広告**による送客促進を実施。
- 需要喚起、風評被害払拭のための情報発信
 - ・ メディア招請による西日本・北海道の情報発信(11月～)
 - ・ 北海道をテーマとした旅行セミナーの開催(11月～)
- 旅行会社や航空会社との共同広告による送客促進
 - ・ 日本航空の関空チャーター便の共同プロモーションを展開(10月)
 - ・ 西日本地域に直行便を就航している**航空会社との共同プロモーション**を展開(11月～)
 - ・ OTAを含む旅行会社等との共同プロモーションを展開(11月～)