

訪日外国人旅行者の動向とインバウンド施策

平成26年12月9日

観光庁

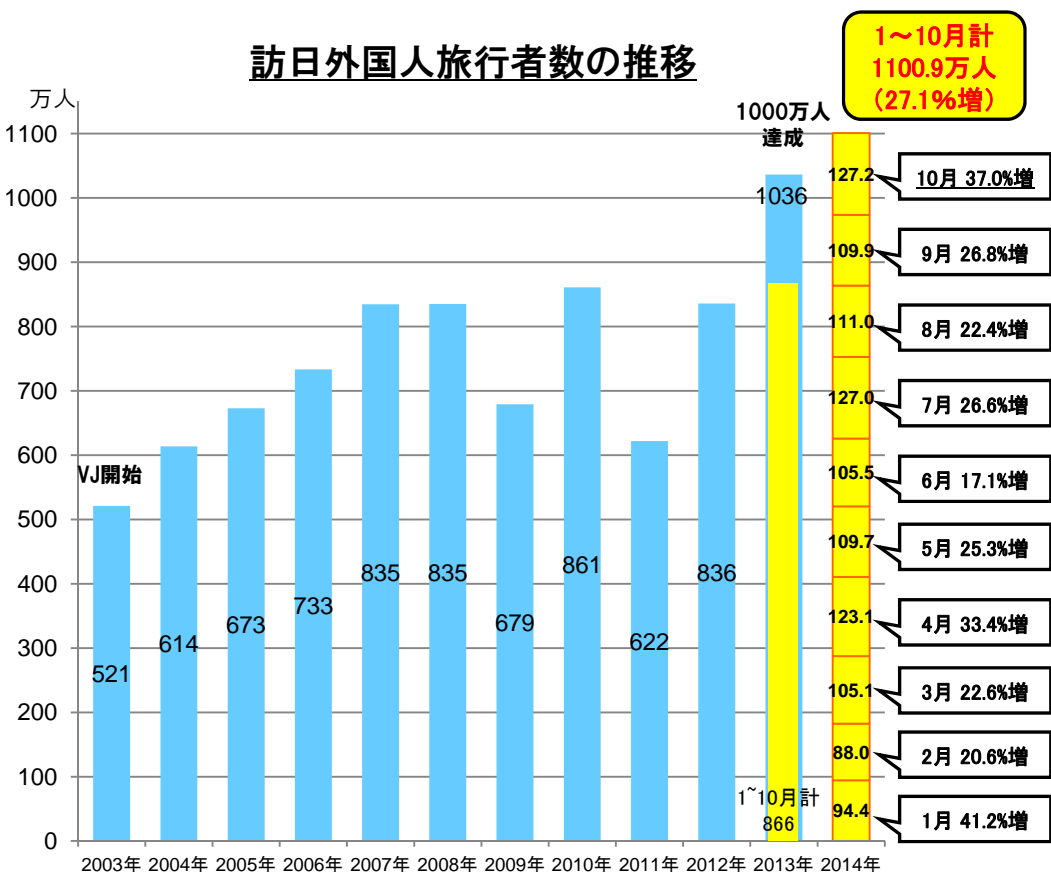
2014年10月の訪日外国人旅行者数

○2014年10月の訪日外国人旅行者数は、127.2万人(前年比37.0%増)となり、本年7月の127.0万人を超え、単月として過去最高となった。1～10月の合計では、1,100.9万人(前年比27.1%増)となり、昨年の年間訪日数1,036.4万人を超えた。

○中国の国慶節休暇(10/1～10/7)や、10月からの消費税免税制度拡充に合わせたプロモーションが奏功したことなどにより、好調が継続している。

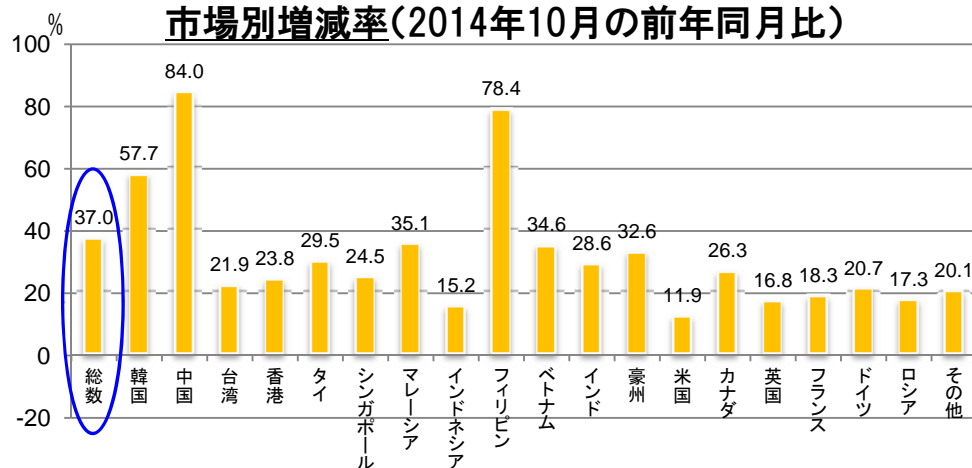
○市場別では、中国やフィリピンにおいて引き続き高い伸びとなったほか、韓国においても、4月の旅客船沈没事故の影響から概ね回復し高い伸びとなった。

訪日外国人旅行者数の推移

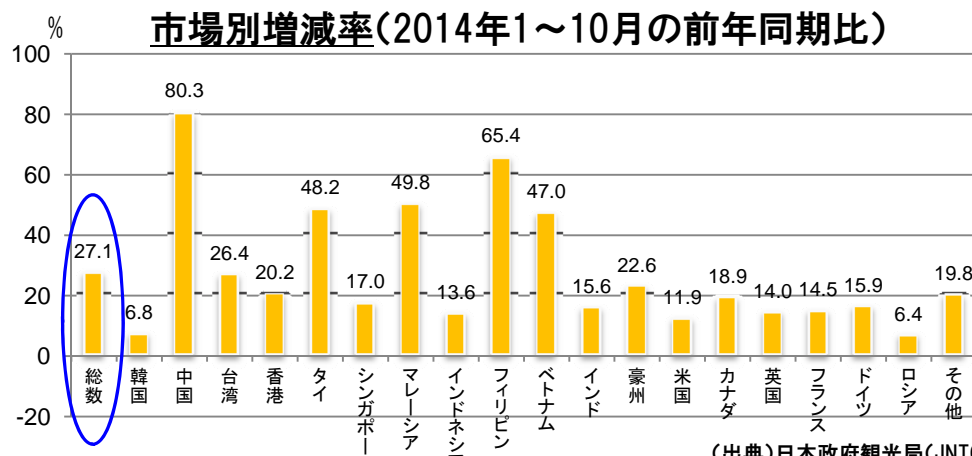


注) 2014年1～8月の値は暫定値、2014年9～10月の値は推計値、%は対前年(2013年)同月比

市場別増減率(2014年10月の前年同月比)



市場別増減率(2014年1～10月の前年同期比)



(出典)日本政府観光局(JNTO)

2014年10月の訪日外国人旅行者数(推計値)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2013年 10月	2014年 10月	伸率 (%)	2013年 1月～10月	2014年 1月～10月	伸率 (%)
総数	Grand Total	928,560	1,271,700	37.0	8,659,522	11,009,000	27.1
韓国	South Korea	158,273	249,600	57.7	2,102,418	2,245,400	6.8
中国	China	121,335	223,300	84.0	1,115,925	2,011,800	80.3
台湾	Taiwan	213,501	260,300	21.9	1,883,468	2,381,200	26.4
香港	Hong Kong	62,433	77,300	23.8	611,028	734,400	20.2
タイ	Thailand	61,306	79,400	29.5	346,438	513,300	48.2
シンガポール	Singapore	16,146	20,100	24.5	131,126	153,400	17.0
マレーシア	Malaysia	17,760	24,000	35.1	121,844	182,500	49.8
インドネシア	Indonesia	10,591	12,200	15.2	108,825	123,600	13.6
フィリピン	Philippines	10,877	19,400	78.4	88,594	146,500	65.4
ベトナム	Vietnam	11,292	15,200	34.6	72,116	106,000	47.0
インド	India	6,377	8,200	28.6	63,643	73,600	15.6
豪州	Australia	18,099	24,000	32.6	198,150	242,900	22.6
米国	U.S.A.	73,731	82,500	11.9	665,844	744,900	11.9
カナダ	Canada	14,011	17,700	26.3	125,308	149,000	18.9
英国	United Kingdom	20,799	24,300	16.8	162,050	184,700	14.0
フランス	France	17,069	20,200	18.3	132,989	152,300	14.5
ドイツ	Germany	13,669	16,500	20.7	102,117	118,400	15.9
ロシア	Russia	5,798	6,800	17.3	50,676	53,900	6.4
その他	Others	75,493	90,700	20.1	576,963	691,200	19.8

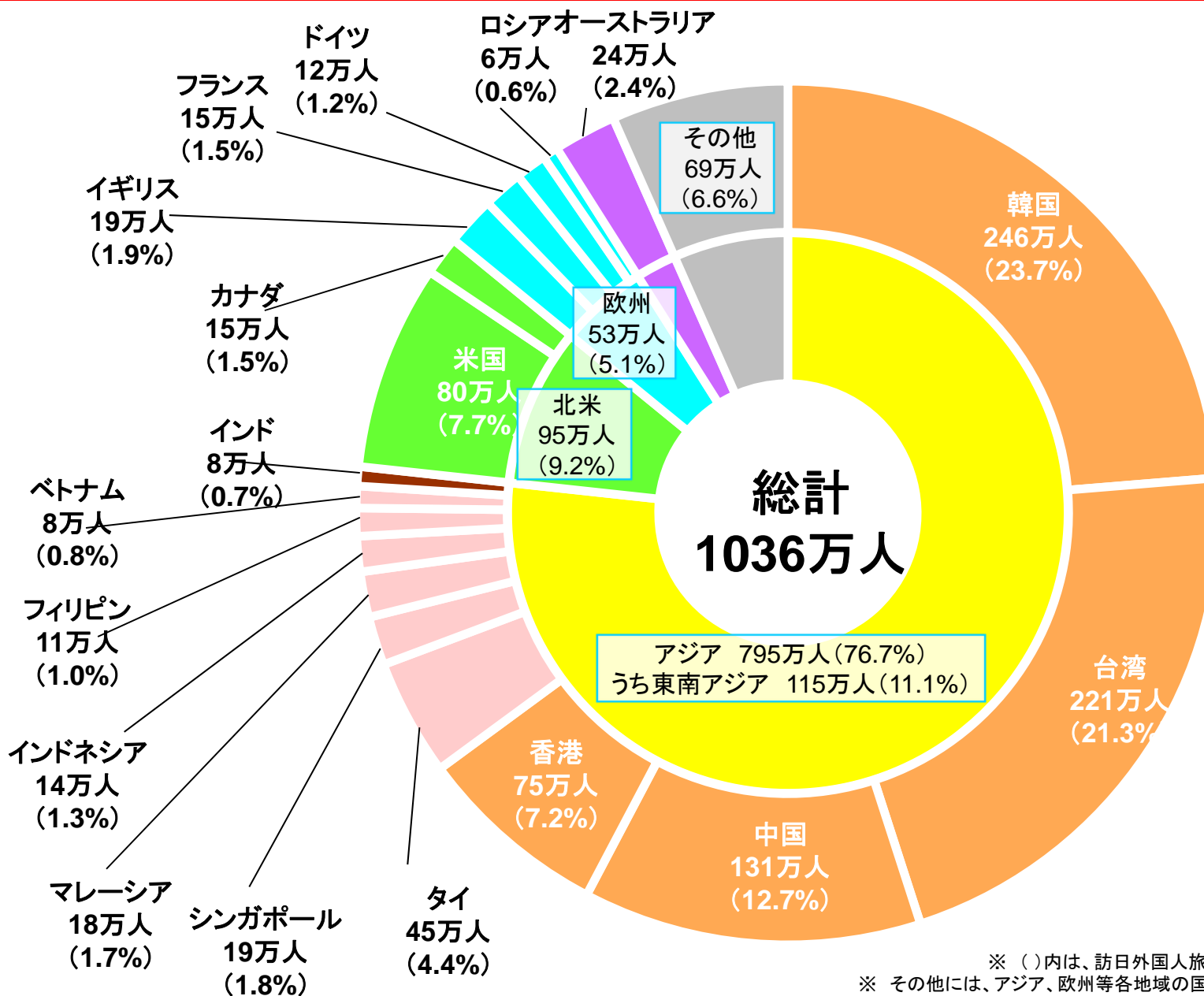
◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2：上記の2013年の数値は確定値、2014年の数値はJNTOが独自に算出した推計値である。

◆注3：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。
なお、上記の訪日外客数には、乗員上陸数(特例上陸許可)は含まれない。

2013年の訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

(2013年確定値)



※ ()内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

観光立国実現に向けた政府の推進体制

- 2013年3月に観光立国推進閣僚会議が設置され、政府一丸となって観光立国を進める体制が整った。
- 2013年6月11日、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を決定し、政府一丸となって取組を強化した結果、2013年は史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人を達成した。
- 2014年1月17日、総理よりアクション・プログラムの改定について指示を受け、2020年に向けて、2,000万人の高みを目指すべく、6月17日に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を決定した。

観光立国推進閣僚会議

- 観光立国を実現するための施策について、関係行政機関の緊密な連携を確保し、その効果的な推進を図るため、観光立国推進閣僚会議を開催。

【構成員】全閣僚(主宰:内閣総理大臣)

<開催実績>

- 第1回 平成25年3月26日
- 第2回 平成25年6月11日
- 第3回 平成26年1月17日
(アクション・プログラム改定指示)
- 第4回 平成26年6月17日
(アクション・プログラム 2014 決定)



内閣広報室提供

観光立国推進ワーキングチーム

- 観光立国の実現に向け、関係府省庁横断的に推進する必要がある施策について検討を行うため、観光立国推進ワーキングチームを開催。

【座長】 国土交通副大臣 【座長代理】 国土交通大臣政務官
【構成員】 関係副大臣等

<開催実績>

- | | |
|----------------|----------------|
| 第1回 平成25年4月10日 | 第5回 平成25年9月20日 |
| 第2回 平成25年4月17日 | 第6回 平成26年1月23日 |
| 第3回 平成25年5月20日 | 第7回 平成26年4月16日 |
| 第4回 平成25年6月7日 | 第8回 平成26年5月29日 |

《安倍内閣総理大臣発言》(平成26年6月17日第4回観光立国推進閣僚会議)

- 昨年、訪日外国人旅行者数1000万人を史上初めて達成したが、観光立国に向け、この数字に甘んじるわけにはいかない。
- 「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催を追い風として、「2020年・2000万人の高み」を目指すべく、本日、アクション・プログラム2014を決定した。
- 今後、このアクション・プログラムについて、しっかり進捗管理し、毎年見直しを行いながら、全力で取り組んで行くため、各閣僚のご協力をお願いします。

クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業の 効果的な連携

- 観光庁、JNTO、経済産業省、JETROは、2013年6月に締結した4者共同行動計画に基づき、「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」及び「インベスト・ジャパン」に関する取組について、具体的な連携を推進
- クールジャパン機構とJNTOは、2014年9月5日に連携強化に向けて、業務連携に関する覚書を締結

< 具体的連携の例 >

クールジャパン事業と連携して、3つのイベントを同時期に、同じエリアで開催することにより『JAPAN WEEKEND』と称し、タイ・バンコクにおいて効率的にビジット・ジャパン事業を実施

- ① 観光庁・JNTO:
「Visit Japan FIT Travel Fair」
- ② JETRO・PROMIC:
「J POP Signature in Bangkok 2014」
- ③ 国際ドラマフェスティバルin TOKYO実行委員会:
「J Series Festival」



Jseries FESTIVAL

JPOP
シグネチャ
Signature
IN BANGKOK 2014

ポップカルチャー愛好者に向けた訪日情報の発信

- 日本のポップカルチャー、漫画カルチャーとともに伝統文化を発信する、フランスで開催される最大規模の日本文化・エンターテイメントイベントにビジット・ジャパンプースを出展し、訪日観光プロモーションを実施

Japan Expo 2014(パリ)

開催場所: パリ ノールヴィルパント
開催期間: 2014年7月2～6日(5日間)
来場者数: 約25万人(2013年232,876人)
出展者数: 約600団体(2013年570団体)



日本産酒類の魅力の発信

- 日本の国際空港(成田・羽田・中部・関西)で、訪日外国人を対象に、日本酒・焼酎の試飲と併せてお酒の製法や飲み方等のお酒に関わる文化を紹介し、日本産酒類の魅力を発信。
- また、酒蔵ツーリズム推進の観点から、見学・体験可能な酒蔵情報等も紹介。

ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン

開催場所: 成田・羽田・中部・関西空港免税エリア内
主催 : 酒造組合中央会、各空港会社
後援 : 国土交通省(航空局)、観光庁、国税庁
開催期間: 2013年10月1日～(継続中)
利用状況: 約8万人(2013年10月1日～2014年3月31日)



Tokyo Otaku Mode・Expediaと連携し、海外のOtaku層に訪日プロモーションを実施

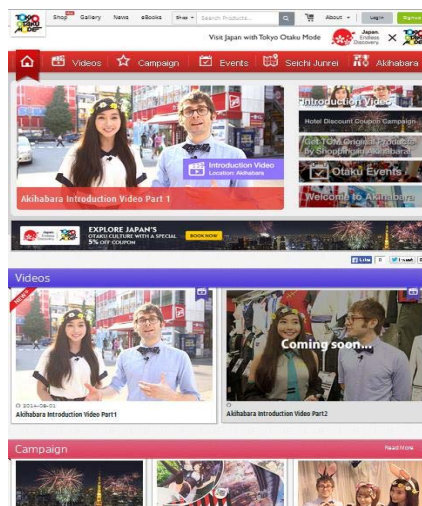
○Tokyo Otaku ModeのFacebookページと連携し、海外のJ-POPファンをOTAKUの聖地「日本」へ観光案内をする特設WEBサイトを作成。特設WEBサイト内のアンケートを回答すると、Expediaで利用できるクーポンを発行し、訪日を促進。

Visit Japan × Tokyo Otaku Mode 特設WEBサイト

URL: http://otakumode.com/sp/visit_japan

情報提供内容

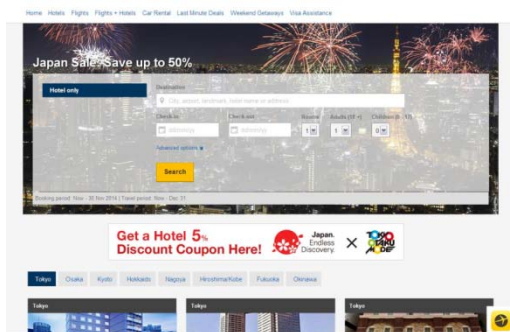
- ・日本観光映像
- ・聖地巡礼
- ・アキバ情報
- ・Otakuイベント



Tokyo Otaku ModeのFacebookで紹介し、特設サイトに誘導

【対象市場】
全市場
【実施時期】
H26年8月～

特設サイトでアンケートを回答し、Expediaで利用できるクーポンをもらう。



Tokyo Otaku Mode Facebookファンページ

1,600万人のファンに向けプロモーション投稿を行い、投稿を見たファンを特設サイトに誘導。

「日本人」を切り口とした訪日プロモーションについて

DISCOVER the SPIRIT of JAPAN

- 海外6カ国8人の外国人を含む11人の委員による検討会にて取りまとめられた「訪日観光の3つの価値(「日本人の気質」(Character)、「日本人の作品」(Creation)、「日本人の生活」(Common Life))」を踏まえ訪日プロモーション映像、ウェブサイト、ガイドブックについて「日本人」を切り口として一新。
- 新設のウェブサイトwww.visitjapan.jpにおいては、合計で181本の動画を展開。今後増加が期待される個人旅行者に対し、他国にはない「日本ならではの魅力」を訴求。

「気質」(Character)



「作品」(Creation)



「生活」(Common Life)



訪日観光の魅力 = 「日本人」

【検討会委員】

- 李 容淑(韓国) (株)リンカイ 代表取締役社長、大阪経済大学客員教授
- ステュウット ヴァーナム-アットキン(英国) ナレーター、ライター、放送大学客員教授、
バーミンガム・ブレーンズ・トラスト(有)取締役
- 岡本 行夫(日本) 元内閣総理大臣補佐官
- 孔 怡(中国) テレビ・ラジオパーソナリティ
- 坂之上 洋子(日本) ブランド経営戦略コンサルタント、観光庁クリエイティブアドバイザー

- 孫 盛林(中国) 日中コミュニケーション社長
- ダミアン・ドーム(ベルギー) 在日外国観光局協議会会長、
ベルギー観光局ワロン・ブリュッセル日本支局代表
- テリー・ロイド(豪州) (株)ジャパンインク・ホールディングス代表取締役社長
- 西村 幸夫(日本) ※座長 東京大学副学長
- 毛 丹青(中国) 神戸国際大学教授
- レジス・アルノー(フランス) France Japon Eco 編集長 東京ストーリー CEO

平成27年度観光庁予算要求重点事項

戦略的な訪日プロモーションの実施

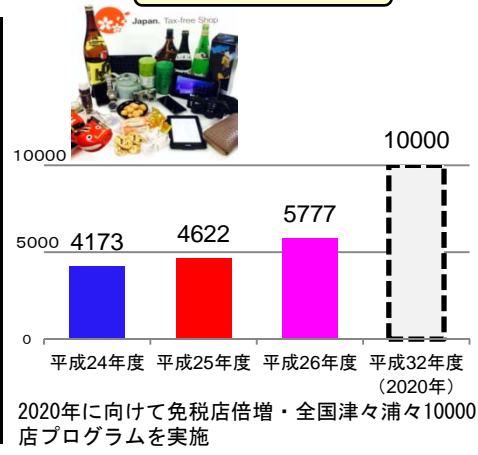
平成27年度要求額 147億円<1.74倍>
(前年度 85億円)

- 訪日2000万人の高みを目指し、以下の施策を重点的に実施。
- ビザ要件の緩和、免税店拡大、航空路線の新規就航等の機会を捉えたプロモーションの実施
 - 今後大幅な成長が期待できる市場の取り込み
 - オリンピック・パラリンピック開催をフルに活用した訪日プロモーション

ビザ要件の緩和内容

旅行者の国籍	以前の措置	2014年の緩和内容(予定)
インドネシア	数次ビザ	ビザ免除 (在外公館へのIC旅券事前登録)
フィリピン	一次ビザ	一次ビザの実質ビザ免除 数次ビザに係る大幅緩和
ベトナム	一次ビザ	一次ビザの実質ビザ免除 数次ビザに係る大幅緩和
インド	一次ビザ	数次ビザの発給開始
ブラジル	一次ビザ	数次ビザの導入決定

免税店数の拡大



重点市場の追加(ビザ要件緩和国等6ヶ国)

順位	国・地域	訪日旅行者(平成25年)人数	順位	国・地域	訪日旅行者(平成25年)人数
1	韓国	2,456,165	11	フランス	154,892
2	台湾	2,210,821	12	カナダ	152,766
3	中国	1,314,437	13	インドネシア	136,797
4	米国	799,280	14	ドイツ	121,776
5	香港	745,881	15	フィリピン	108,351
6	タイ	453,642	16	ベトナム	84,469
7	豪州	244,569	17	インド	75,095
8	英国	191,798	18	イタリア	67,228
9	シンガポール	189,280	19	ロシア	60,502
10	マレーシア	176,521	20	スペイン	44,461

オリンピック・パラリンピックに向けた訪日プロモーション



- カルチュラル・オリンピアド(文化プログラム)
英国全土で、音楽・演劇・ダンス・美術・映画・ファッション等の文化イベントを実施。イベント総数約18万件、総参加者数約4300万人(うち約2580万人がロンドン以外の地域のイベントに参加)。
- プレゲーム・トレーニング・キャンプ
英国各地で260件以上実施。

観光資源のポテンシャルを活かした交流人口と消費の拡大

平成27年度要求額 19億円<新規>

- 定住人口の減少等が進む地方において、内外からの観光客の流れを戦略的に創出し、交流人口及び旅行消費を拡大するため、以下の施策を重点的に実施。
- 広域観光周遊ルートの形成
 - 観光資源を世界レベルへ磨いて活かす地域づくり

定住人口の減少に対する旅行消費の効果

地域の定住人口1人分の年間消費は、

- ①外国人旅行者10人分
- ②国内旅行者(宿泊)26人分
- ③国内旅行者(日帰り)83人分の旅行消費に相当

ゴールデンルート



広域観光周遊ルートの例



観光による活性化事例(埼玉県川越市)



【歴史的景観】
歴史的景観を活かしつつ、滞在コンテンツの充実・外国人受入環境の整備等を総合的に実施



【多言語表記案内板】