

訪日外国人旅行者の動向とインバウンド施策

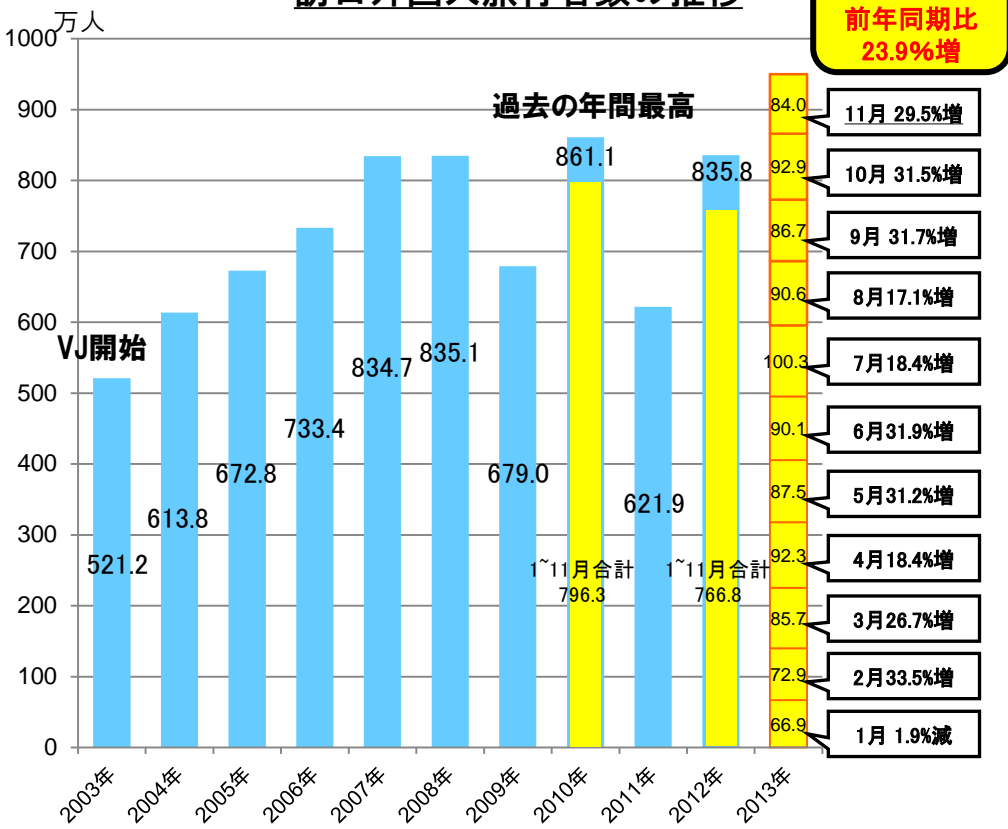
平成25年12月12日

観光庁

2013年11月の訪日外国人旅行者数

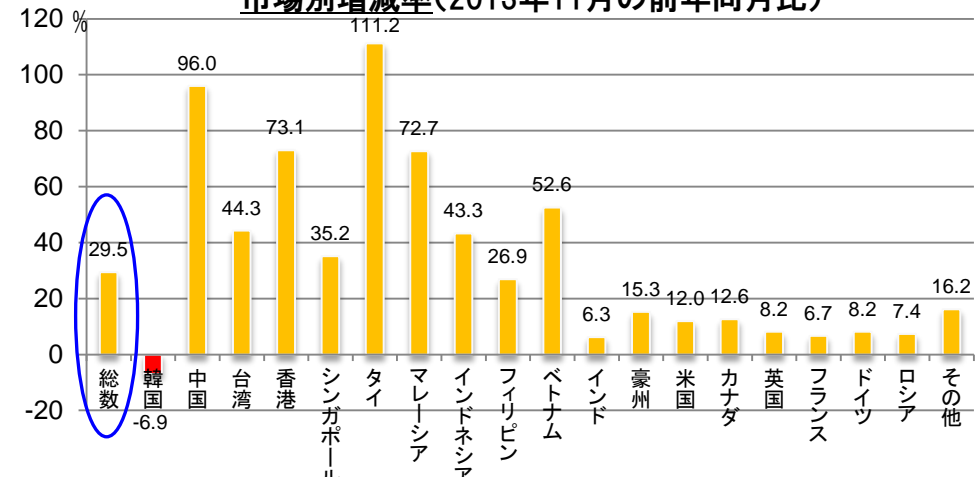
- 2013年11月の訪日外国人旅行者数は、11月として過去最高の84.0万人(前年同月比29.5%増)となった。
- 1～11月までの合計は949.9万人(前年同期比23.9%増)となり、現状のまま推移すれば政府目標である史上初の年間1000万人達成が可能である見込み。
- 訪日数全体の1/4を占める最大市場の韓国において対前年比マイナスが続くなど課題は残るものの、好調な東南アジアでは年間100万人の目標達成が確実となり(東南アジア主要6カ国1～11月合計99.3万人(前年同期比46.0%増))、香港、台湾が引続き好調である他、中国でも個人観光に加え団体観光の回復基調が継続した。

訪日外国人旅行者数の推移

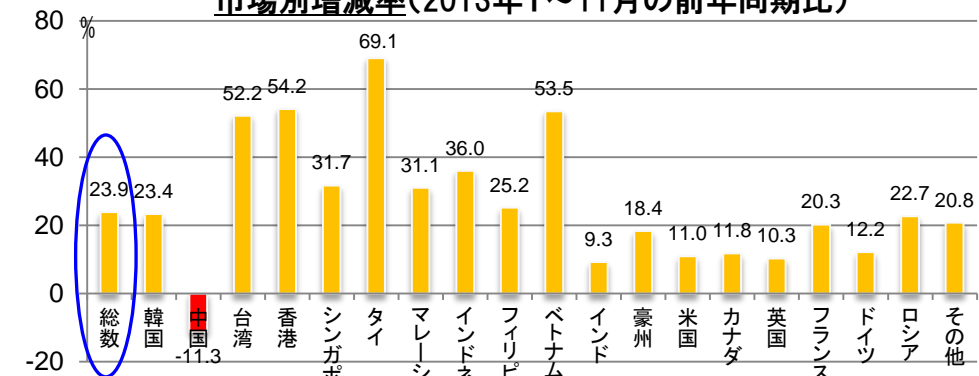


注) 2013年1～9月の値は暫定値、2013年10～11月の値は推計値、%は対前年(2012年)同月比

市場別増減率(2013年11月の前年同月比)



市場別増減率(2013年1～11月の前年同期比)



(出典)日本政府観光局(JNTO)

2013年11月の訪日外客数(推計値)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2012年 11月	2013年 11月	伸率(%)	2012年 1月～11月	2013年 1月～11月	伸率(%)
総数	Grand Total	648,548	839,800	29.5	7,668,426	9,499,300	23.9
韓国	South Korea	183,557	170,900	-6.9	1,842,825	2,273,300	23.4
中国	China	51,993	101,900	96.0	1,372,764	1,217,900	-11.3
台湾	Taiwan	123,299	177,900	44.3	1,354,738	2,061,400	52.2
香港	Hong Kong	36,215	62,700	73.1	437,024	673,700	54.2
タイ	Thailand	24,239	51,200	111.2	235,069	397,600	69.1
シンガポール	Singapore	14,792	20,000	35.2	114,751	151,100	31.7
マレーシア	Malaysia	15,170	26,200	72.7	112,962	148,100	31.1
インドネシア	Indonesia	7,678	11,000	43.3	88,107	119,800	36.0
フィリピン	Philippines	6,775	8,600	26.9	77,640	97,200	25.2
ベトナム	Vietnam	4,717	7,200	52.6	51,655	79,300	53.5
インド	India	6,112	6,500	6.3	64,205	70,200	9.3
豪州	Australia	13,968	16,100	15.3	180,984	214,300	18.4
米国	U.S.A.	58,238	65,200	12.0	658,783	731,000	11.0
カナダ	Canada	11,454	12,900	12.6	123,580	138,200	11.8
英国	United Kingdom	13,953	15,100	8.2	160,648	177,200	10.3
フランス	France	10,777	11,500	6.7	120,155	144,500	20.3
ドイツ	Germany	10,995	11,900	8.2	101,617	114,000	12.2
ロシア	Russia	5,306	5,700	7.4	45,971	56,400	22.7
その他	Others	49,310	57,300	16.2	524,948	634,100	20.8

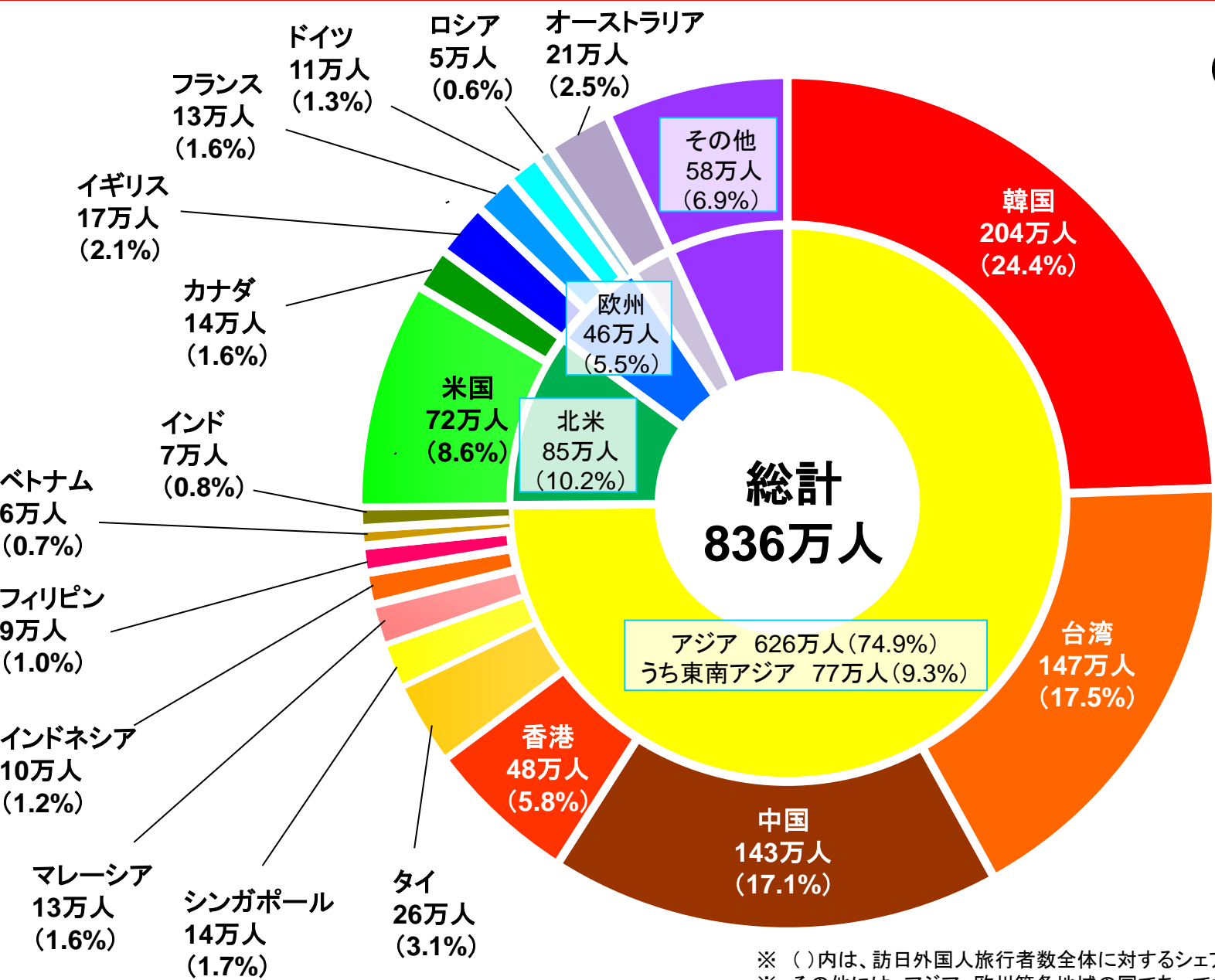
◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2：上記の2012年の数値は確定値、2013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。

国・地域別訪日外国人旅行者数の割合

(2012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。
 ※ 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

- 去る6月11日、総理主宰の観光立国推進閣僚会議が開催され、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が決定された。
- 本プログラムは、史上初めて訪日外国人旅行者数1000万人を達成し、さらには、その先の目標である2000万人の高みを目指すために、必要な施策を4つの重点分野としてとりまとめたもの。
 - ①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進
 - ③外国人旅行者の受入の改善、④国際会議等(MICE)の誘致や投資の促進

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

(アクション・プログラム決定)



参考:官邸HPより

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2回 平成25年4月17日

第3回 平成25年5月20日

(中間とりまとめ)

第4回 平成25年6月7日

(アクション・プログラム(案)とりまとめ)

第5回 平成25年9月20日

(フォローアップ)

国土交通省観光立国推進本部

- 各種観光施策についてさらなるステップアップを図るため、国土交通大臣を本部長とする「国土交通省観光立国推進本部」を設置。

【本部長】国土交通大臣 【本部長代行】副大臣及び大臣政務官

【副本部長】事務次官、技監、国土交通審議官及び観光庁長官

【構成員】各局局長等

<開催実績>

第1回 平成25年1月29日

第3回 平成25年6月11日

第2回 平成25年4月25日(省内とりまとめ)

国土交通省観光立国推進本部

ワーキンググループ

- 省内各局との協働による取組を強化するとともに、民間関係者の現場の声を反映するため、本部の下にワーキンググループを設置。

【座長】国土交通副大臣

【副座長】国土交通政務官

【構成員】各局局長等

<開催実績>

第1回 平成25年2月15日

第2回 平成25年2月28日

第3回 平成25年3月12日

第4回 平成25年3月27日

第5回 平成25年4月23日

第6回 平成25年9月20日

○オールジャパン体制による連携の強化・拡大

これまでバラバラに行われていたビジットジャパン、クールジャパン等の取組について、政府全体で共同して計画を作成し、海外に発信。

○クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

海外のテレビ番組枠の確保などにより、我が国コンテンツの継続的な海外発信を促進。

○新たな視点に立った訪日プロモーションの実施

外国人目線を活用したPR映像、ウェブサイト、ガイドブックの作成等を促進。

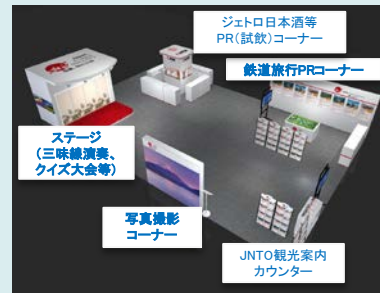
オールジャパン体制による連携の強化・拡大

- 「国際広報強化連絡会議」において、各府省庁の広報機会、コンテンツ等を共有し、政府一体となって訪日の魅力を海外に発信。
- 観光庁が、関係省庁・関係機関、国際交流基金、自治体国際化協会等と連携して、日本ブランドの発信について、関連するイベント・カレンダーの共有等を通じて、共同・連携事案の計画を作成し、実施。
- 観光庁、日本政府観光局、経済産業省、日本貿易振興機構の4者により、共同行動計画を策定し具体的な連携を実施。

<日本貿易振興機構(JETRO)との連携事例>



米国Japan Expoでの連携



上海日本観光展での連携

クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信

- 日本関連コンテンツのローカライズ・プロモーション支援、テレビ番組の国際共同制作。
- 株式会社海外需要開拓支援機構(仮称)等を通じた、海外テレビ番組枠の確保、海外で日本関連のコンテンツ放送等を行う「ジャパン・チャンネル」への支援、「ジャパンモール」の海外展開への支援。
- 空港における食の海外展開等の取組みを促進するため、主要な国際空港で日本産酒類や農産物、その加工品等の魅力を発信。

<空港における食の海外展開等>



羽田空港における日本酒PR

クールジャパン連携による訪日プロモーション 25年度事業事例

第1回 米国Japan Expoの概要

開催場所: アメリカ サンタクララコンベンションセンター
 開催期間: 8月23日(金)~8月25日(日)3日間
 来場者数: 9,442名
 出展者数: 122団体
 ※Japan Expoで育った20-30代の日本への関心を「訪日意欲」へ転換。



各種連携内容

- 在サンフランシスコ総領事館連携
 - ・日本文化ステージの総合アレンジ・進行管理
 - ・WEBサイトでの相互リンク
 - ・領事館WEBサイトからの情報発信
- 経済産業省(クールジャパン)連携
 - ・VJブース集客イベントでのスタンプラリー参加
 - ・ブース内ビジョンでの訪日プロモーション映像の放映
 - ・文化イベントの相互開催
 - ・BSフジ等からの取材
- JETRO連携
 - ・VJブース集客イベントでのスタンプラリー参加
 - ・パンフレット、ポスター等、双方で設置



連携誘客チラシ

The JAPAN TRAVEL BOOTH Awaits You!! Booth C34

Come get everything you need to know to go to Japan at the JAPAN TRAVEL BOOTH!! Everyone's welcome to come with your friends and family!

1. Got a pen? Get a Stamp Rally! Exclusive to the first 1000 people
 2. On the Questionnaire! Exclusive to the first 100 people.
 3. Tasting for Yabai!

Win amazing prizes by answering our questionnaire!

Visit Japan's most beautiful islands!
 Japan's most delicious food that's folded to look like a treaty!
 Check out Japanese Curry, Japan's most famous food!
 Prize A: Lunch box
 Prize B: Original button

Japan Travel Exhibitors

Visit Japan's most beautiful islands!
 Japan's most delicious food that's folded to look like a treaty!
 Check out Japanese Curry, Japan's most famous food!
 Prize A: Lunch box
 Prize B: Original button

Japan Travel Exhibitors

Visit Japan's most beautiful islands!
 Japan's most delicious food that's folded to look like a treaty!
 Check out Japanese Curry, Japan's most famous food!
 Prize A: Lunch box
 Prize B: Original button

WEB Questionnaire here: www.vjexpo2013.com
www.japantravelinfo.com

ビジット・ジャパンプースの概要

- <コンセプト>
 日本の”COOL”
 アニメ・浮世絵等、新旧の日本を融合させ本当の日本を伝える。
- <訪日促進>
- ・ポップカルチャー関連の訪日旅行情報の提供
 - ・日本往復航空券の抽選会イベント開催
- <ビジットジャパンプースへの誘引>
- ・自治体や日系企業、クールジャパン、JETROとのスタンプラリーによる一体感醸成、観光庁ブースへの誘引
 - ・オリジナルWEBサイト作製と、在外公館等との相互リンク



VJブース

スタンプラリー
VISIT JAPAN Stand Stamp Rally
Stand No. J42 & J40 & J43

Receive a gift after collecting a stamp from each of the Japan booths on the map below and return it to the Japan National Tourism Organization (JNTO) booth!

A Stamp Rally is where you go from booth to booth to stamp your card with other stamps. Each location will have a company stamp to collect. There are prizes to be won for those who complete the rally.

You will receive a ball point pen when you collect all 6 stamps and a chance to win a Japanese cloth "Yukata"!

Find all the Visit Japan booths and collect all 6 stamps to win!

Please fill in your email address.

If you are drawn, we will send you a message to your email address to receive your "Yukata"!

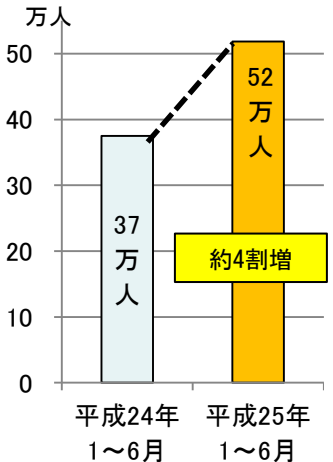
Thank you very much!

周辺の自治体・日系企業ブースを訪れた人をV Jブースへ誘引

- 経済成長を背景に海外旅行需要が大幅に伸びるとともに、平成25年7月からビザの緩和措置が実施されている東南アジア諸国における集中プロモーションの実施。
- 来たるべき訪日2000万人時代を見据え、訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場（欧州、ブラジル、トルコ等）における、日本の認知度向上への取り組み。

① 東南アジア横断集中プロモーション

東南アジア主要6カ国の訪日成長率
(平成25年上半年)



平成25年度に「東南アジア訪日100万人プラン」を開始し、東南アジア諸国からの訪日は急成長中

訪日ビザ緩和の概要
(平成25年7月1日実施分)

旅行者の国籍	従来の訪日ビザ (平成24年訪日旅行者数)	緩和内容 (平成25年7月～)
タイ	数次ビザ (約26万人)	ビザ免除
マレーシア	数次ビザ (約13万人)	ビザ免除
インドネシア	数次ビザ (約10万人)	数次ビザの滞在期間延長
ベトナム	一次ビザ (約6万人)	数次ビザ
フィリピン	一次ビザ (約9万人)	数次ビザ

東南アジア主要6カ国から日韓への訪問数比較
(平成24年)

	訪日人数 (人)	訪韓人数 (人)
シンガポール	142,201	154,073
タイ	260,640	387,441
マレーシア	130,183	178,082
インドネシア	101,460	149,247
フィリピン	85,037	331,346
ベトナム	55,156	106,507

訪日ビザ緩和以前、隣国韓国との間で、東南アジアからの旅行者数には大幅な格差

訪日ビザ緩和を契機に、東南アジアに特化した大規模商談会開催等の集中プロモーションを実施

② 訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場での事業展開

ビジット・ジャパン事業未実施の主要国から日中への訪問数比較

	訪日人数(人)		訪中人数(人)		訪中／訪日	
	平成23年	平成24年	平成23年	平成24年	平成23年	平成24年
イタリア	62,394	34,035	229,233	235,041	4倍	7倍
スペイン	44,076	20,814	138,255	139,876	3倍	7倍
オランダ	32,837	23,450	189,128	197,530	6倍	8倍
スイス	26,005	16,410	74,296	75,294	3倍	5倍
フィンランド	16,960	10,943	69,226	65,288	4倍	6倍
ブラジル	21,393	18,470	85,050	97,912	4倍	5倍
トルコ	9,929	6,577	84,460	98,787	9倍	15倍

中国へは日本への5～15倍の旅行者が訪問
→ 東アジア地域訪問への高い関心を訪日旅行へ向けさせることが必要

旅行先としての認知度向上に向けたプロモーションイメージ



これに加え、実際の訪日旅行に繋げるため、在外公館等連携事業(商談会開催等)なども併せて実施

●観光立国実現に向けたアクション・プログラム及び日本再興戦略に掲げられた訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指し、日本ブランドの発信に強力に取り組む。

①現地消費者向け情報発信対象市場の拡大

重点14市場

韓国・台湾・中国・米国・香港・英・仏・独・豪・加・シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア

8市場

韓国・台湾・中国・米国・香港の5大市場に、シンガポール・タイ・マレーシアを追加

現地消費者向け事業

- 海外広告宣伝
- 海外メディア招請
- 旅行博出展

現地旅行会社向け事業

- 海外旅行会社招請
- ツアー共同広告
- 旅行博出展・商談会等開催

さらに、在外公館、民間企業、地方公共団体等、多様な主体との連携強化により、訪日プロモーションを強化・拡大

②首都圏空港の発着枠拡大等と連動させた訪日プロモーション

航空会社等との連携強化

オープンスカイ施策や首都圏空港の発着枠拡大を機会と捉え、欧州・東南アジア方面の新規路線開設・増便と連携 [共同広告等]



	羽田空港 (うち国際線)	成田空港	首都圏空港全体
22年10月まで (羽田D滑走路供用前)	30.3万回	22万回	52.3万回
25年3月30日まで	39万回 (6万回)	25万回	64万回
現在 (25年3月31日以降)	41万回 (6万回)	27万回	68万回
最終形 { 羽田:25年度末 成田:26年度中 }	44.7万回 (9万回)	30万回	74.7万回

以降、首都圏空港を含めたオープンスカイを実施

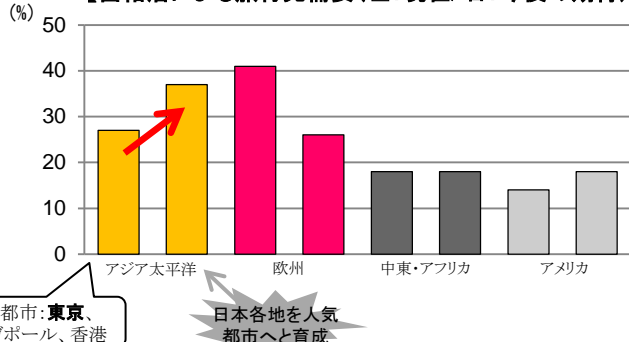
クルーズ会社等との連携強化

近年の外国船社クルーズ船の日本への寄港拡大の機会を捉え、クルーズ会社等と連携 [共同広告等]
(外国船社クルーズ船の寄港数:平成18年 251隻→平成24年 476隻)

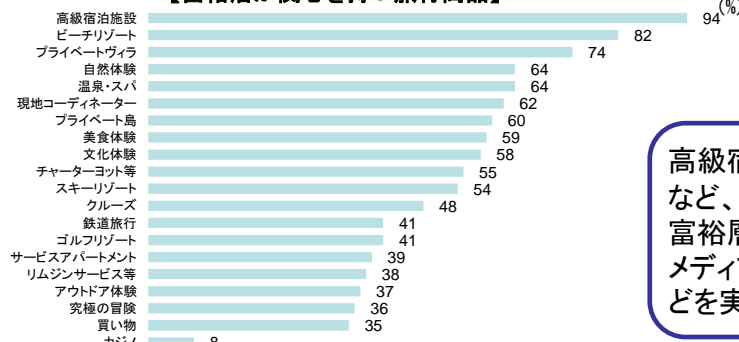


③新たな客層の訪日への関心喚起やリピーターの定着を目指し、訪日旅行の品質向上に向けた取組を強化

【富裕層による旅行先需要(左:現在/右:今後の期待)】



【富裕層が関心を持つ旅行商品】



高級宿泊施設・自然・温泉・美食・文化体験など、全国各地の観光資源を最大限活用し、富裕層向け旅行博への出展や、富裕層向けメディアの招請、国内関係者向けセミナーなどを実施