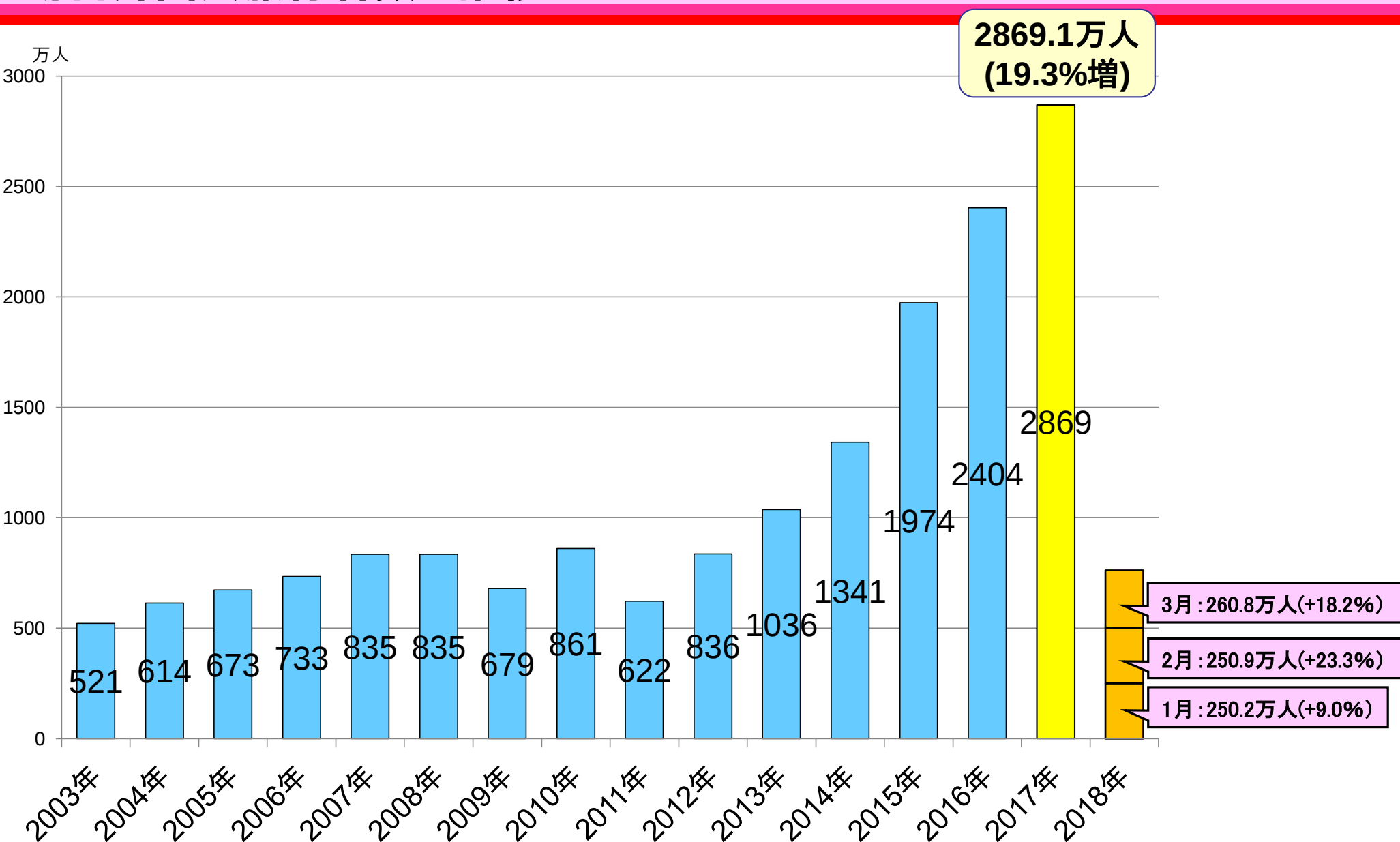


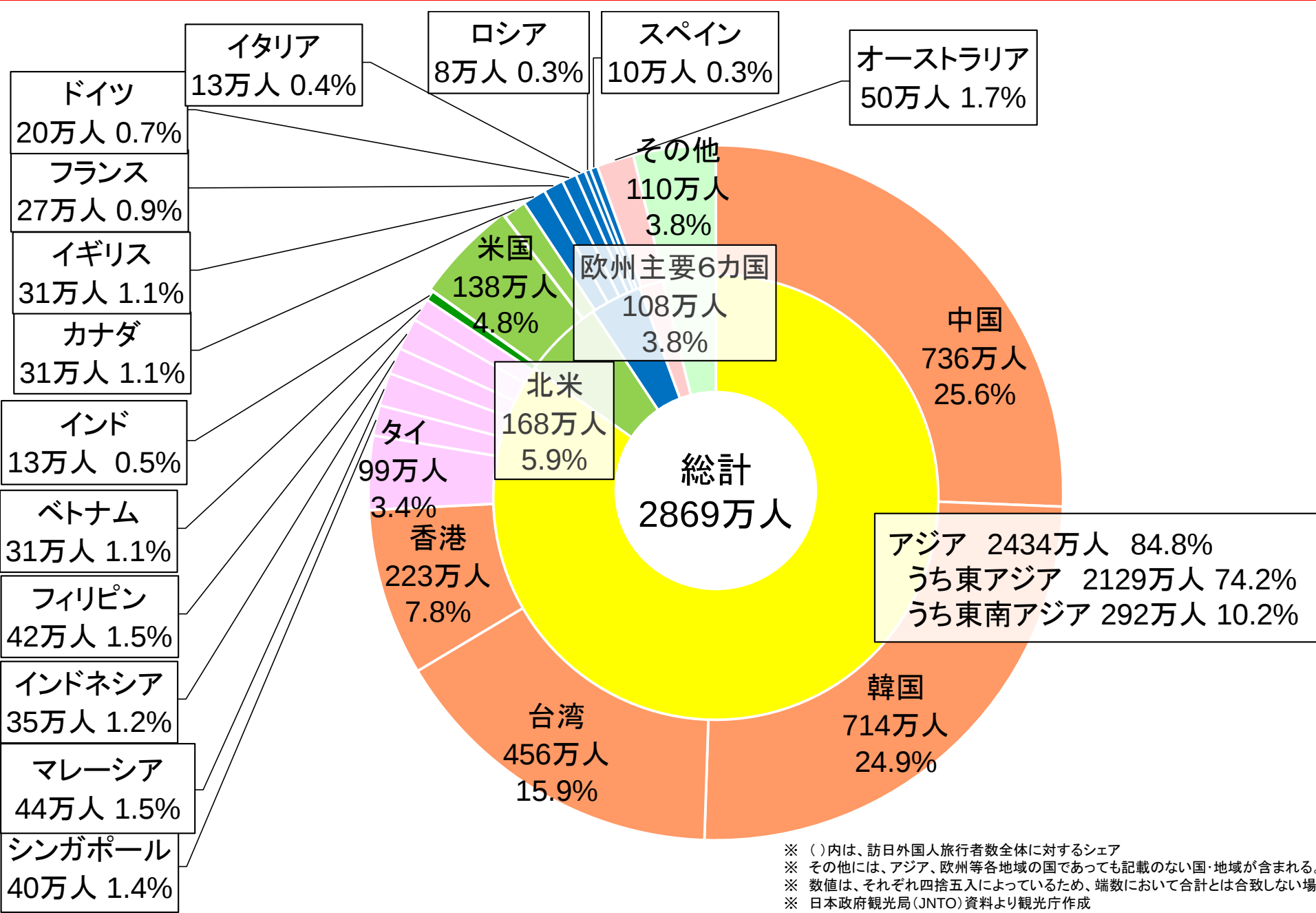
インバウンドの推進

平成30年5月15日
観光庁 国際観光課長
伊地知 英己

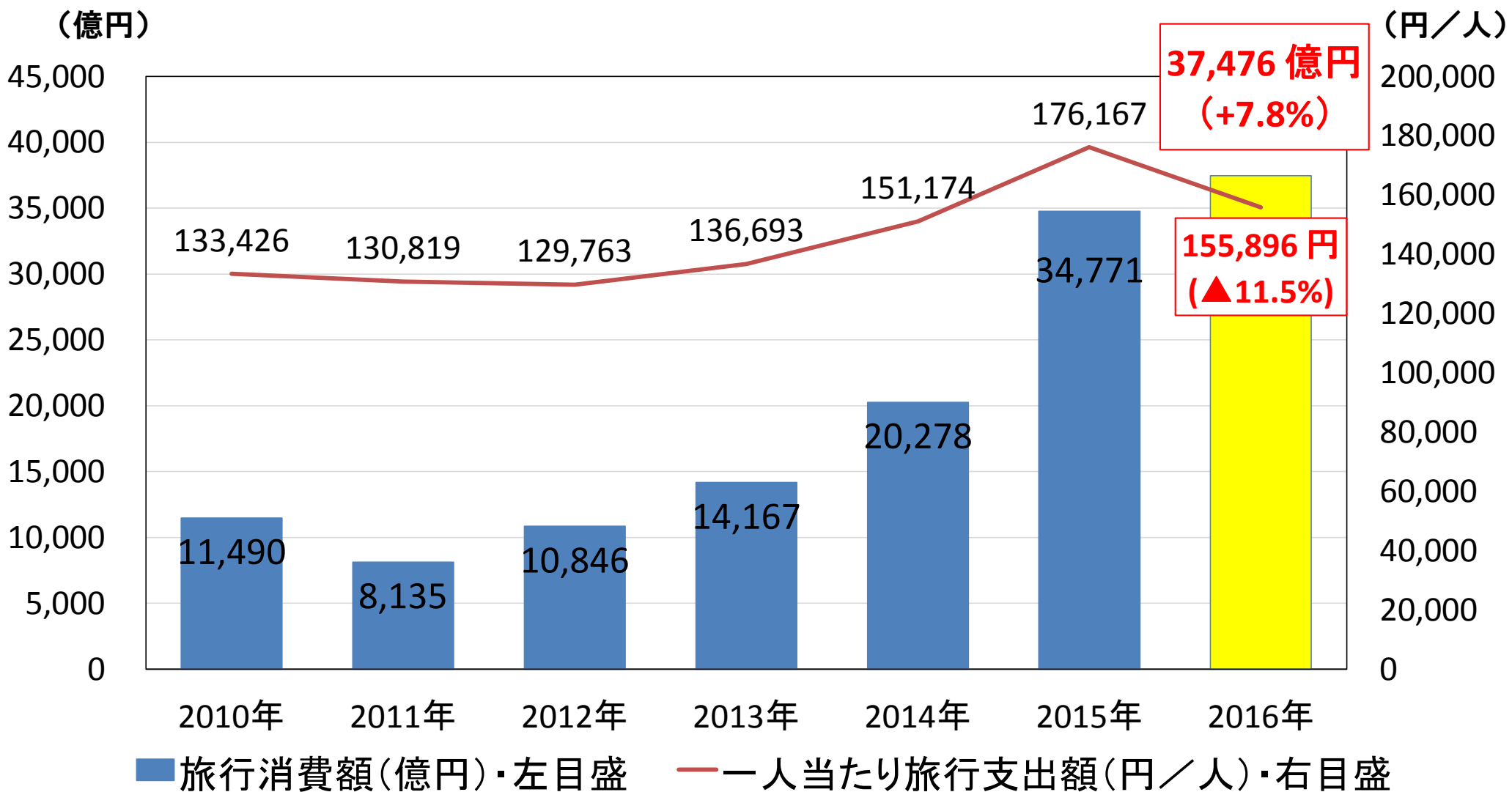
訪日外国人旅行者数の推移



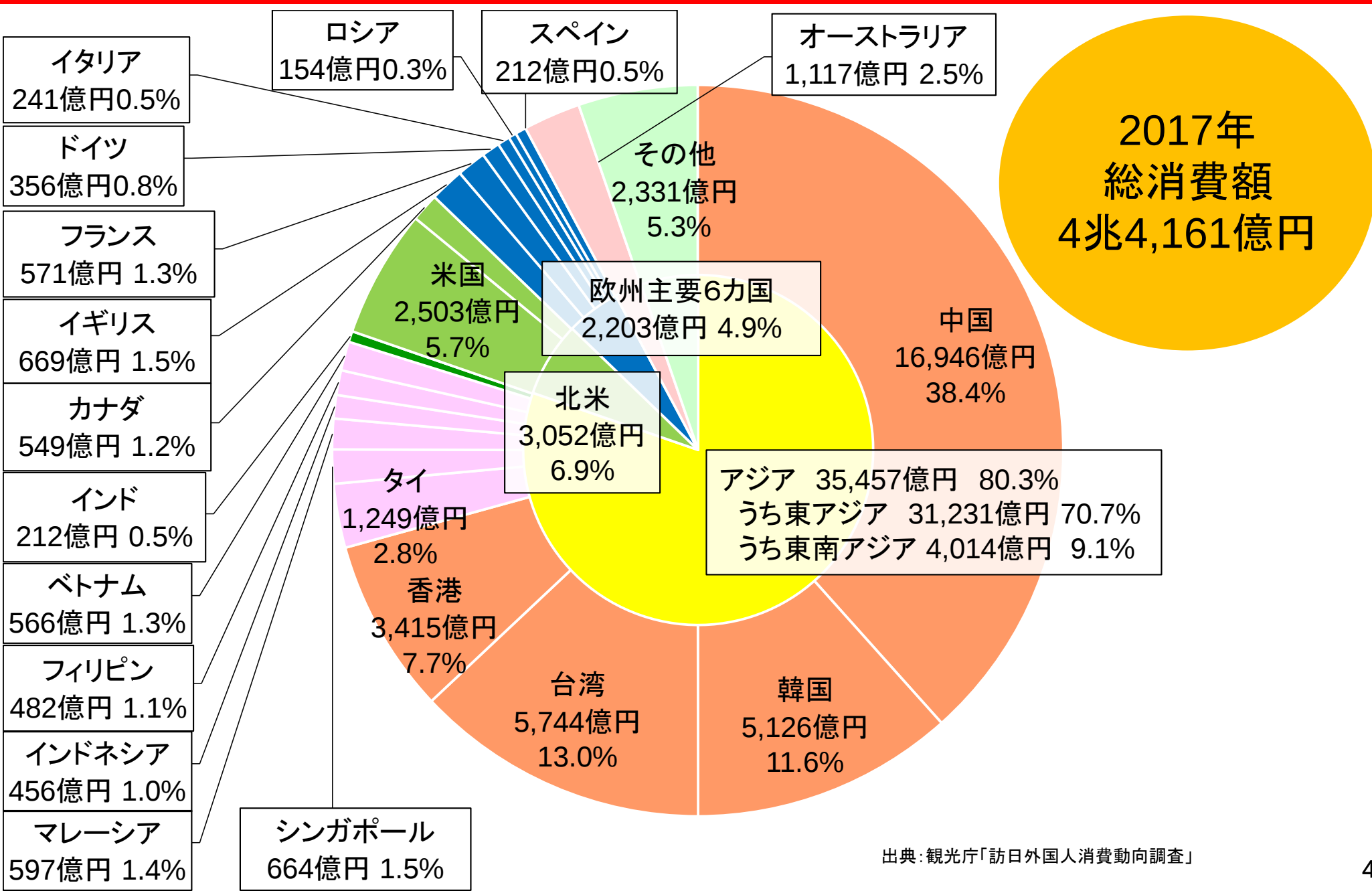
国・地域別訪日外国人旅行者数及び割合(2017年)



訪日外国人旅行消費額の推移



訪日外国人旅行消費額及び割合(国・地域別、2017年)

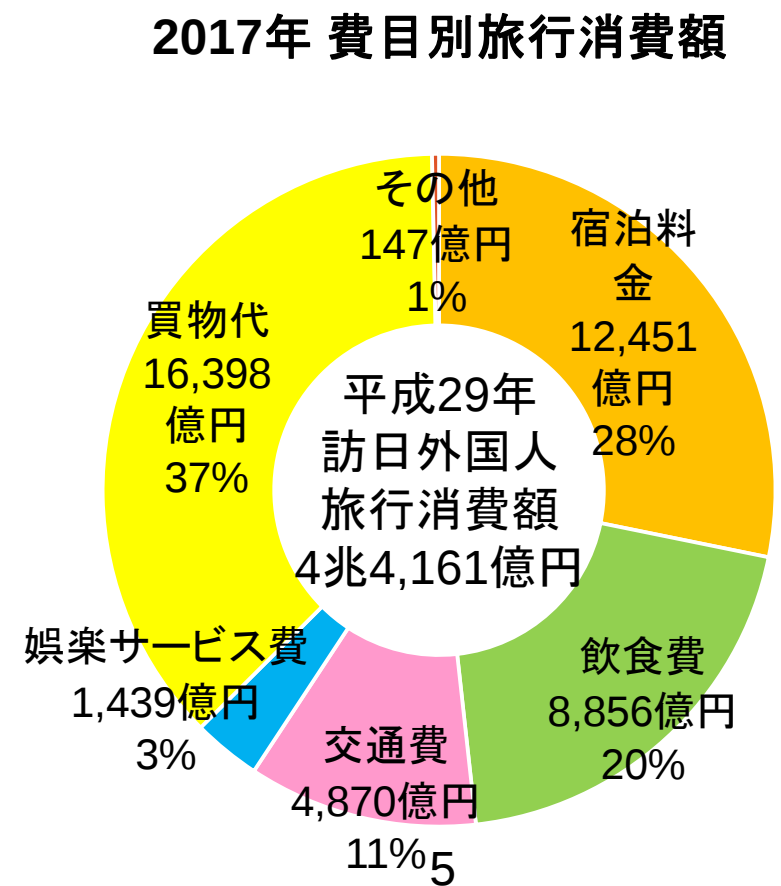


出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

訪日外国人1人当たり旅行支出(2017年)

- 2017年の訪日外国人旅行消費額のうち、買物代は4割弱、宿泊費は3割弱を占める。
- 費目別・国別では宿泊費・飲食費・交通費は欧米旅行者の支出が多く、一方で買物代は中国を初めとした東アジア・東南アジア旅行者の支出が多い。
- 「モノ消費」から「コト消費」の流れを受けて、娯楽サービス費の拡大が課題。

訪日外国人1人当たり旅行支出 単位:円/人						
	総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サービス費	買物代
全体	153921	43397	30869	16974	5014	57154
韓国	71795	22378	18435	7492	3665	19530
台湾	125847	32939	26004	14286	4458	47846
香港	153055	42690	33129	17586	4628	55017
中国	230382	47690	38285	18295	5550	119319
タイ	126570	36957	23281	14696	4107	47316
シンガポール	164280	63083	33308	19005	4414	44349
マレーシア	135749	42532	28261	21106	4508	39302
インドネシア	129397	42593	23085	22188	5098	36432
フィリピン	113660	31470	23765	13366	5405	39654
ベトナム	183229	48861	43313	16381	2371	72303
インド	157443	69506	31212	21874	3268	31583
英国	215393	97303	51289	32390	6811	27600
ドイツ	182206	81933	39036	27867	4245	29125
フランス	212443	86882	45016	38882	8142	33401
イタリア	191484	86746	39658	35970	5634	23312
スペイン	212572	77940	49079	45484	7166	32792
ロシア	199220	63118	41494	24903	9073	60513
米国	182071	76719	41791	28477	6603	28071
カナダ	179529	71954	41757	30316	7096	28316
オーストラリア	225866	89065	50070	35380	14094	37199
その他	212751	82833	46901	35299	6967	39795



旅行動態の変化の状況①

団体旅行(パッケージツアー)から 個人旅行(FIT)への移行

個人旅行手配の割合

2012年: **60.8%** 2017年: **75.7%** ⇒ **14.9ポイント増**
(7~9月)

〔参考〕中国 28.5% 60.0% ⇒ 31.5ポイント増
香港 70.8% 90.6% ⇒ 19.8ポイント増

スマートフォンを最大限活用した 旅行スタイルへの変化

日本滞在中に役に立った旅行情報源として スマートフォンと回答した割合(複数回答)

2012年: **23.5%** 2017年: **72.1%** ⇒ **48.6ポイント増**
(7~9月)

都市部から地方部への観光の広がり

地方部における外国人延べ宿泊者数

2012年: **855万人泊** 2016年: **2,753万人泊** 2020年: **7,000万人泊**
(目標)

〔参考〕
都市部 1,776万人泊 4,186万人泊

3.2倍
2.4倍

リピーター数の増加

リピーター数

2012年: **528万人** 2016年: **1,426万人** 2020年: **2,400万人**
(目標)

2.7倍



地方を訪問する個人客の増加に対応し、地方への誘客をさらに推し進めるため、
旅客サービスの充実、スマートフォンによる情報発信等の施策の充実が必要

旅行動態の変化の状況②

モノ消費からコト消費への移行

娯楽サービス費購入率

2012年：21.5% 2016年：31.6% ⇒ **10.1ポイント増**

外国人観光客の消費支出に占める 娯楽サービス費の割合

2012年：1.1% 2015年：1.9%

〔参考〕諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合
アメリカ(2012)：10.4% フランス(2013)：7.8%
カナダ(2014)：10.5%

1人1回当たりの旅行支出

訪日外国人1人1回当たり旅行支出

2012年：13.0万円 2016年：15.6万円 2020年：20.0万円(※)

※2020年4,000万人、旅行消費額8兆円目標の達成のためには、1人1回当たり旅行支出20万円が必要

滞在日数

平均泊数

2012年：12.3泊 2016年：10.1泊



「モノ」消費から「コト」消費への移行を踏まえ、国内におけるインバウンド消費をさらに拡大させるため、VR等の最新技術の活用、ナイトタイムエンターテインメントの充実等の施策の充実が必要

「明日の日本を支える観光ビジョン」概要

新たな目標値

訪日外国人旅行者数	2020年： <u>4,000万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>6,000万人</u> (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年： <u>8兆円</u> (2015年の2倍超)	2030年： <u>15兆円</u> (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： <u>7,000万人泊</u> (2015年の3倍弱)	2030年： <u>1億3,000万人泊</u> (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年： <u>2,400万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>3,600万人</u> (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年： <u>21兆円</u> (最近5年間の平均から約5%増)	2030年： <u>22兆円</u> (最近5年間の平均から約10%増)

課題

■我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。

■観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。

■CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。

■高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

「観光先進国」への「3つの視点」

視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

訪日プロモーションの概要

重点市場(20市場)

韓国・中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナム・インド・豪州・米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・イタリア・ロシア・スペイン

現地消費者向け事業

○海外広告宣伝



○海外メディア招請



現地メディアを日本の観光地へ招請し、帰国後、外国人目線による記事掲載、番組放映等により訪日観光の魅力を発信

○旅行博出展・イベント開催 〈現地消費者向け〉



海外旅行に関心を持つ現地消費者へ訪日観光の魅力を旅行博等でPR、併せて訪日旅行商品の即売を支援

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



現地旅行会社等が一堂に集まる旅行博への出展、商談会等の開催

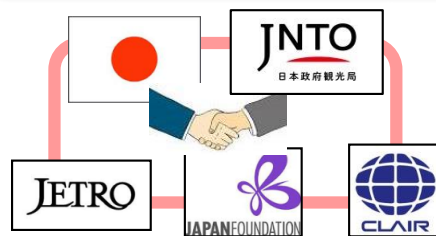


現地旅行会社を日本の観光地へ招請し、新たな訪日旅行商品の造成を働きかけ



日本政府観光局の訪日観光PRと旅行会社の訪日旅行商品広告を共同で実施し、販売を促進

在外公館等連携事業



◎在外公館等と連携し、オールジャパンの体制による訪日プロモーションを展開

[イベント開催、旅行博出展等]

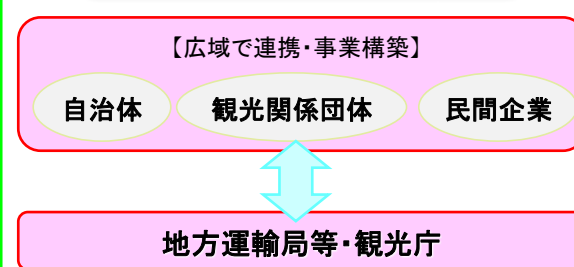
官民連携事業



◎海外にネットワークを有する企業と連携し、「日本ブランド」ファンへの訪日プロモーションを展開

[現地店舗・ネットワークを活用した訪日キャンペーン、SNS・WEBを活用したプロモーション等]

地方連携事業



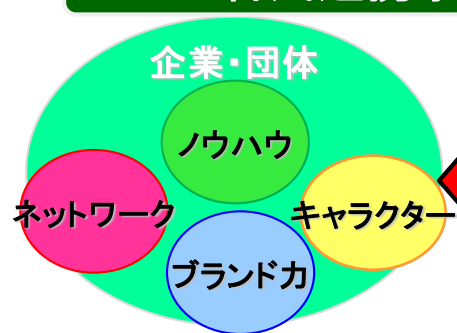
◎広域で連携した訪日プロモーションを、地域と国が協同で実施

[旅行会社招請、メディア招請、旅行博出展等]

官民連携事業

○海外進出日系企業やグローバル企業等民間企業・団体が有する海外ネットワークやブランド力、キャラクター、ノウハウ等を活用し、又は連携して行う訪日プロモーション事業

官民連携事業の概要



連携して事業を実施

観光庁

効果的な情報発信等
により
訪日旅行者を効率的に拡大！

事例1: Tokyo Otaku Mode連携

特設WEBサイト構築し、情報発信



- Tokyo Otaku Mode社のネットワークを活用した発信。
(FBファン数1,700万人)
- Expedia社とも連携し、アンケート回答者にクーポン贈呈
- 全世界のオタクファンに
 - ・有名コスプレイヤーと行く観光地紹介映像
 - ・聖地巡礼
 - ・アキバ情報
 - ・Otakuイベント を提供。

事例2: Discovery連携

和食をテーマとした訪日PR番組放映



- 世界的に有名な日本食料理人のNOBU氏と連携し、日本の食材やその地方を紹介する番組を制作。
- 全世界的にネットワークを持つDiscoveryチャンネルで放送。

2018～2020年度 訪日プロモーション全体方針

2020年訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等の目標達成のためには、訪日旅行者全体の約8割を占めるアジアのみならず、海外旅行市場の大きさに対して訪日旅行者数が十分に大きいとはいえない欧米豪をはじめ、訪日インバウンドの成長が見込まれる全世界の市場からの誘客を実現していくことが必要。

東京オリンピック・パラリンピック開催で高まる日本への注目を最大限活用するため、2018年度よりプロモーション方針を**3カ年**に変更。

2018年度

2019年度

2020年度（オリパラ）

※なお、3年方針期間中（2018～2020年度）、外部コンサルタントを活用した戦略の見直しやマーケット調査結果等を踏まえ、適宜本方針の見直しを行う。

3年訪日プロモーション方針のポイント

- 訪日旅行の認知度が高い**アジア市場**と低い**欧米豪市場**の違いを考慮し、重点20市場において、個別の市場特性を踏まえて**ターゲット別に課題・対応策**を定め、プロモーションの**戦略性を向上**させる。
 - －アジアにおいて、拡大する**リピーター層の更なる取り込み**、**多様化する個人旅行ニーズ**、未訪日層への対応を強化する。
 - －欧米豪を中心に、**新規需要開拓**のため、「長期の海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層（**訪日無関心層**）」に対し、デジタルマーケティング技術を駆使して訪日旅行への関心・意欲を効果的に高めるプロモーションを推進（**訪日グローバルキャンペーンの本格実施**）。
 - －欧米豪において、**外部コンサルタントを活用**し市場調査等を分析した上でターゲット及び訴求コンテンツ等を見直し、特に訪日無関心層の誘客をより確実にするなど**プロモーションの高度化**を推進。
- **デジタルマーケティングを最大限活用**し、ビッグデータ分析を通じた市場動向把握・プロモーションの高度化を目指す。
- 訪日旅行消費の拡大に向けて、**高所得者層誘客**や**長期滞在者誘客**を目的としたプロモーションを強化。
- **航空便・クルーズ船の新規路線誘致**等を促進するための取組を推進。
- 自治体等との連携等による多様な魅力の発信により、**地方への誘客を強力に促進**。
- 閑散期対策など、**年間を通じた訪日需要の創出**。

訪日プロモーションの抜本改革

アジアからの個人旅行客やリピーター客の取り込みに加えて、欧米豪における認知度向上や、デジタルマーケティングの本格導入等を通じたプロモーションの高度化等により訪日需要を掘り起こす。

1. 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

アジア市場

個々の旅行ニーズに応じたきめ細かなプロモーション

欧米豪市場

魅力あるアクティビティ等の訴求力の高いコンテンツを中心としたプロモーション



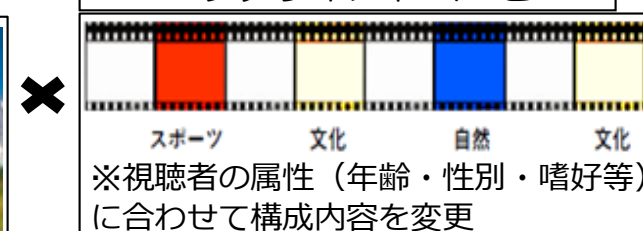
2. 訪日グローバルキャンペーンの本格実施

欧米豪市場を中心に、旅行先としての日本の認知度が低い層に、日本の「楽しい」旅行先としての魅力をアピール

アクティビティ動画



パーソナライズドムービー



3. デジタルマーケティングの導入

より効果的なプロモーションの実現

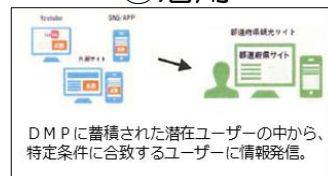
①収集



②分析



③活用



2018年2月から欧米・豪州向けに日本の多様な魅力を発信

Enjoy my Japan

Cuisine



Art



City



海外の旅行者の
7つのパッション
(興味関心)

Outdoor



Relaxation



Nature



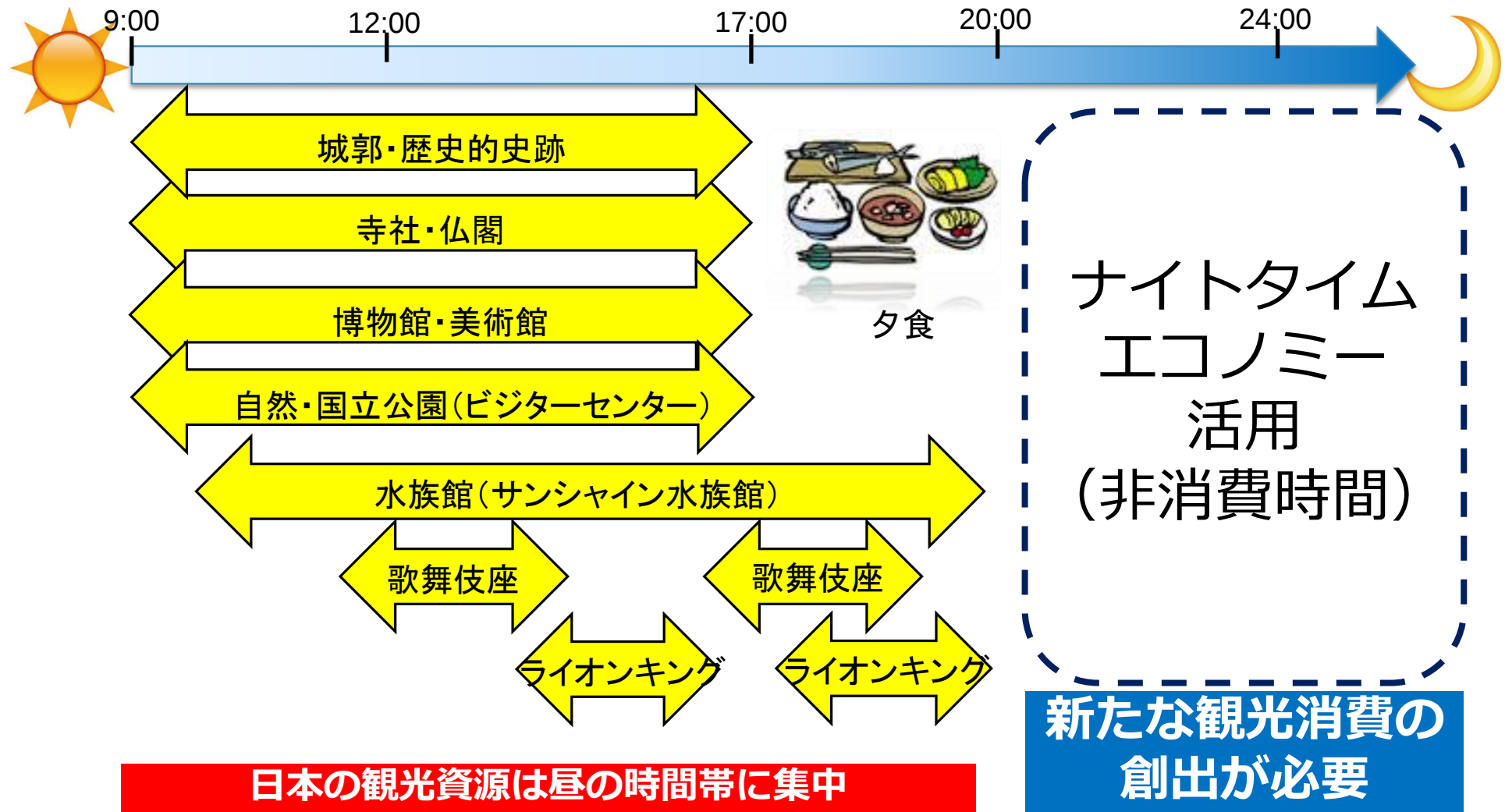
Tradition



ナイトタイムエコノミーの推進

訪日外国人の旅行消費額

訪日外国人の旅行消費 = **外国人旅行者数 × 1日当たり消費額 × 滞在日数**



国際観光旅客税

適用時期 平成31年1月7日以降の出国に適用 **税率** 出国1回につき1,000円
下記①②③の分野に充当

① ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備

(1) 円滑な出入国に対する環境整備



最新技術を用いた円滑な出入国環境の整備

(2) ICT等を活用した多言語化対応



多言語案内用
タブレット端末



ムスリムの外客に
配慮した受入体制

(3) 日本人海外旅行者の安全の確保

- ・旅行安全情報等に関する共有情報プラットフォームの機能強化

② 我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化

ビッグデータの取得



分析データの活用



データ蓄積・分析

③ 観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上



多言語解説の整備



VR/ARの活用