

第38回交通政策審議会観光分科会 JNTO提出資料

2020年10月23日
日本政府観光局（JNTO）
理事長代理 吉田晶子

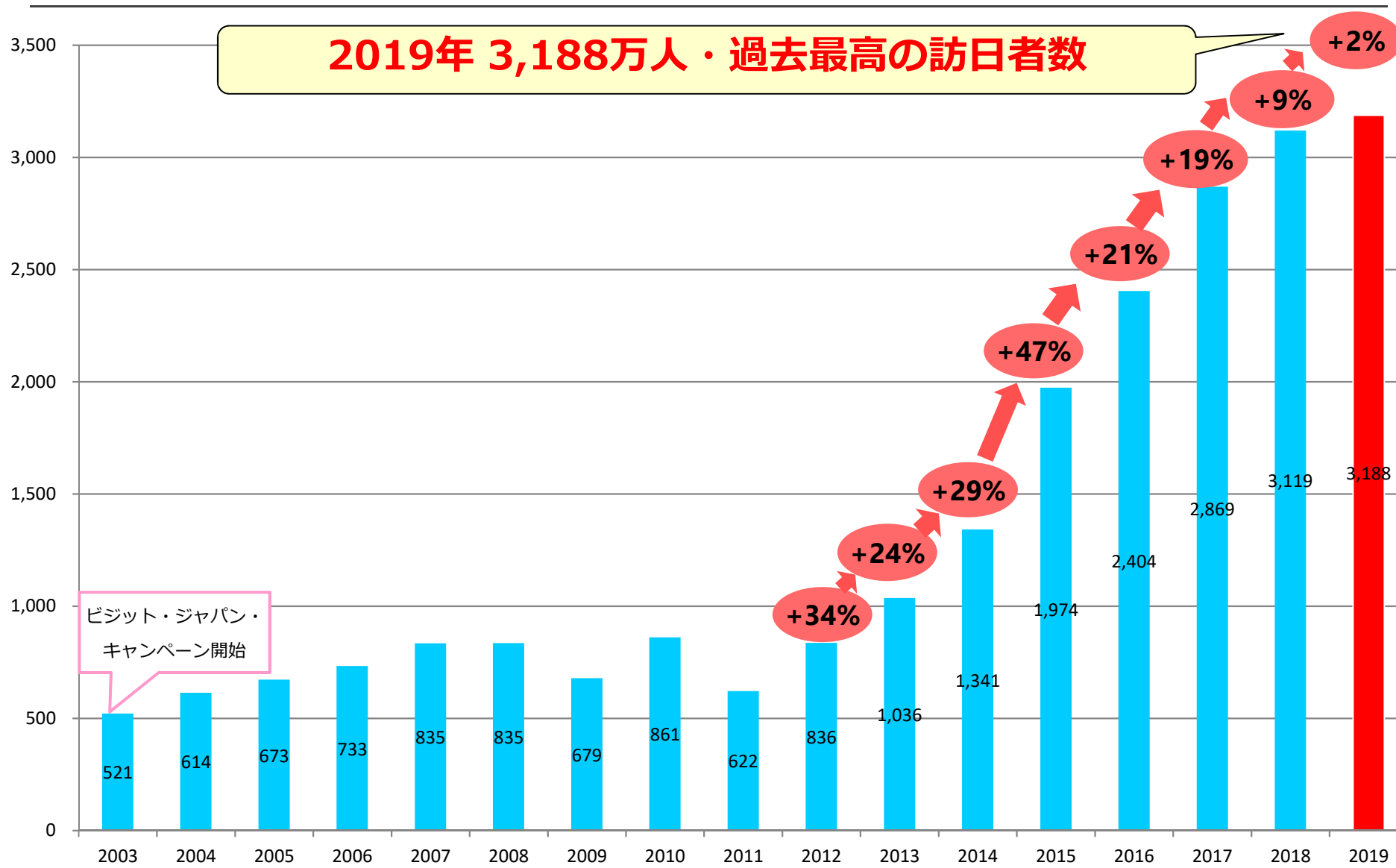
1. 現行の観光立国推進基本計画（～令和2年度）の評価

- (1) 訪日外客数の推移
- (2) 現行基本計画に沿ったJNTOの取組実績

2. 次期観光立国推進基本計画に盛り込むべき施策、留意すべき事項等

2030年6000万人・15兆円達成に向けて重要なポイント

1. (1) 訪日外客数の推移 (2003年~2019年)



1. (2) 現行基本計画に沿ったJNTOの取組実績

① Enjoy my Japan 訪日グローバルキャンペーンの展開

- ・ 欧米豪（欧州、北米、豪州）を中心に存在する「**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）をターゲットに、「**日本が、誰もが楽しむことができる旅行目的地**」であることを2020年に向けてアピール（2018.2～）
- ・ キャンペーン前後の訪日客数は、**アジアよりも欧米豪が大きく伸長**。2019年実績（2017年比）：欧米豪**127%**、アジア**109%**

キャンペーンメッセージ



- 外国人旅行者自身が、自分にぴったりの日本の魅力を発見し、お気に入りの「My Japan」を満喫。
- 「私の大好きな日本（My Japan）を楽しんでください」という日本側の親しみを込めた歓迎の気持ち。

旅行者の7つのパッション（興味関心）

■ 欧米豪6カ国で大規模アンケート調査を実施、自然や文化の分野に跨がる**7つの主要なパッション**（興味関心）を特定。

- ・ **Tradition** 伝統文化や歴史的遺跡・建築等を楽しむ
- ・ **Cuisine** 食事やお酒を楽しむ
- ・ **City** 大都市の刺激、エンターテインメントを楽しむ
- ・ **Nature** 豊かな自然を楽しむ
- ・ **Art** アートやデザインを楽しむ
- ・ **Relaxation** リゾートや宿泊施設での滞在を楽しむ
- ・ **Outdoor** アウトドアアクティビティを楽しむ

キャンペーン動画・広告配信

- 多様な外国人（家族、カップル、友人旅行等）が、**日本各地**でそれぞれの**パッションを満たす様々なアクティビティ**を楽しむ姿を撮影。
- ターゲットの**興味関心に応じてターゲティング広告**等を配信



オンライン広告結果（2019年度）

総インプレッション数（広告表示回数）：約**30億回**
動画広告視聴回数：約**1億2,500万回**
バナー広告クリック数：約**1,400万回**

キャンペーン前後の訪日客数

2019年実績（対2017年）*重点20市場

欧米豪 127%（385万人→490万人）
アジア 109%（2,472万人→2,682万人）

1. (2) 現行基本計画に沿ったJNTOの取組実績

② デジタルマーケティングの強化

- **ウェブサイトの抜本的再構築、SNS発信の強化、スマートフォン向けアプリ開発を通じて、情報発信基盤を整備**
- **データ分析を通じユーザーの属性・興味関心を的確に把握し、情報発信やプロモーションに活用するなどデジタル技術を活用したマーケティング、プロモーションを総合的に推進。**

JNTOウェブサイトの抜本的再構築

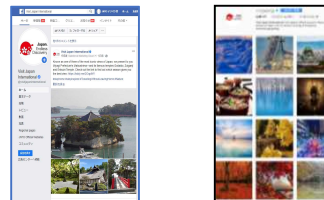
＜グローバルサイト（英）2018年2月～＞
※その後市場別の多言語サイトも見直し・ハイブリッド化

- **スマホからのアクセス**を前提にサイト構成をデザイン
- **定量・定性分析**に基づき掲載コンテンツを選定
- **ネイティブライター**を活用し記事を作成



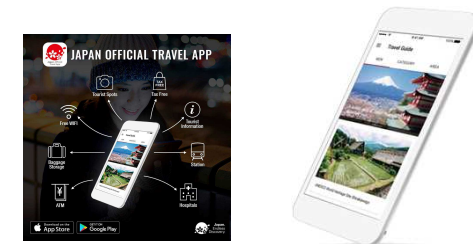
SNSでの発信の強化

- Instagram本部アカウントを開設（2017.10）するなど、情報発信基盤を拡充
- 市場別のニーズに対応するため、グローバルアカウントの他、**各事務所がローカルアカウント**を運営
- **分析に基づき、7つのパッションを軸にSNSの投稿を高度化**



スマートフォン向けアプリ（Japan Official Travel App）の開発

- **旅ナカの情報発信**を強化
- 訪日客数の多い**4言語に対応**（英・繁体・簡体・韓国）
- **オフライン環境においても一部情報を提供**
- 緊急時における**災害関連情報**も配信



ユニークユーザー数
（サイト訪問者数）
4,669万人
（2019年度）

参考：約2,800万人（2016年度）

SNSファン数
890万人
（2019年度末時点）

アプリダウンロード数
177万回
（2019年度末時点）

1. (2) 現行基本計画に沿ったJNTOの取組実績

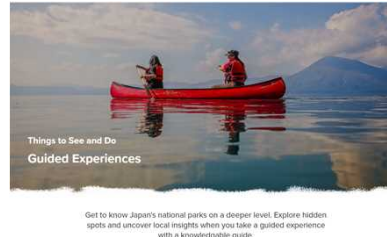
③省庁との連携強化（環境省、文化庁、農水省等）

効果的・効率的な海外向け情報発信のため、各省庁と連携し、JNTOグローバルサイト等を通じて「国立公園」（環境省）や「日本遺産」（文化庁）、「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」（農水省）等の観光コンテンツを一元的に発信

JNTOウェブサイト専用ページを設置

国立公園専用ページ (japan.travel/national-parks/)

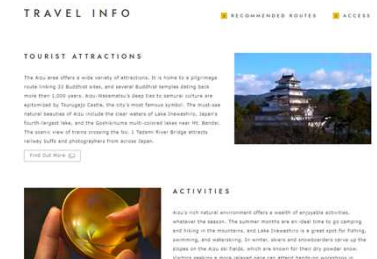
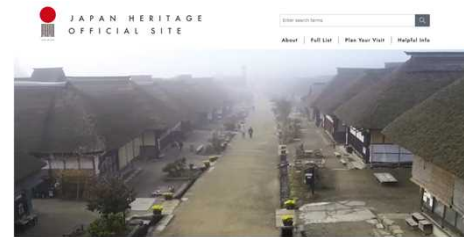
・各国立公園の基礎情報（概要・アクセス等）の他、体験できるアクティビティ等を紹介



Get to know Japan's national parks on a deeper level. Explore hidden spots and uncover local insights when you take a guided experience with a knowledgeable guide.

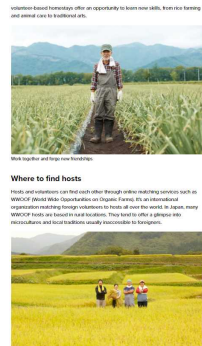
日本遺産専用ページ (www.japan.travel/japan-heritage/)

・特にインバウンド向けに訴求力のある7つの日本遺産の魅力を紹介



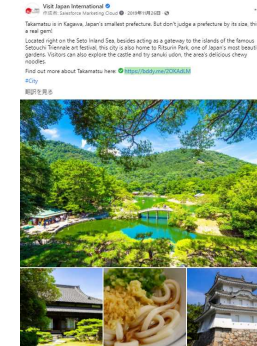
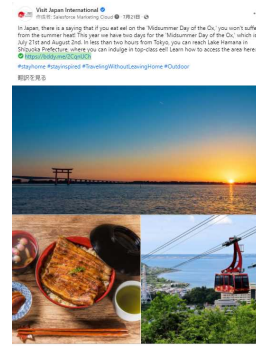
サイト内記事やSNSを通じて発信

グローバルサイトで「農泊」の特集記事を掲載



- ・ 地方で体験可能な「農泊」の魅力を紹介
- ・ オーストラリア、米国、インドからのアクセスが多い

FacebookでSAVOR JAPAN認定地域について投稿



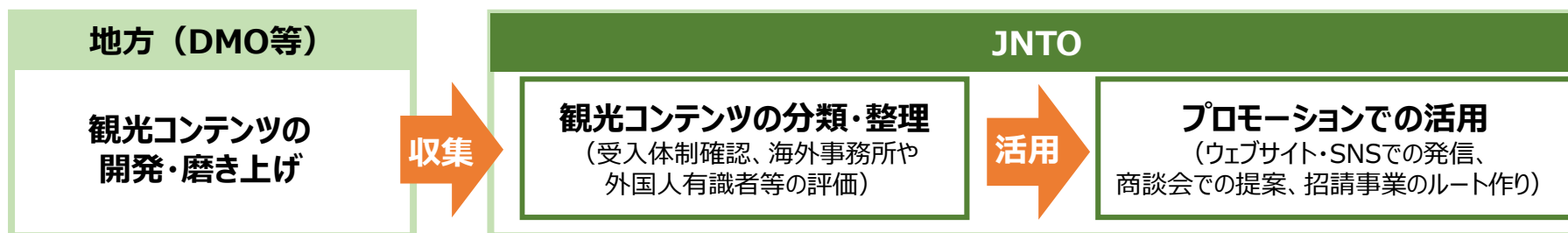
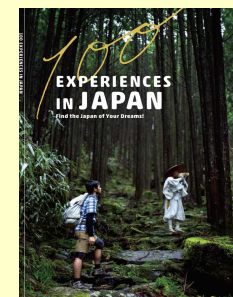
（左）東京から2時間弱でアクセス可能な浜名湖で楽しめるうなぎを紹介

（右）栗林公園などの香川県の観光地の紹介とともに、さぬきうどんを紹介

1. (2) 現行基本計画に沿ったJNTOの取組実績

④ 地方との連携強化（魅力的な体験型観光コンテンツの収集とプロモーション）

- 全国DMO・自治体からパッションに対応するバラエティ豊かな地方の体験型観光コンテンツを収集
- 選定した優良コンテンツを積極的に訪日プロモーションに活用
(ウェブサイト・SNSでの発信、商談会、招請事業等)
- 観光コンテンツの磨き上げのため、DMO等に対してフィードバックを実施



観光コンテンツの例

信越トレイル (長野県飯山市)

Shinetsu Trail
信越トレイル
長野県飯山市大字原岡167-15
See on map Get Transit Info
<https://www.s-trail.net/english/>

Nature
Hike One of Japan's Signature Long-Distance Trails
Admire majestic beech trees and charming villages in a multi-day trek of scenic Nagano

将大鍛刀場 (京都府亀岡市)

Masahiro Tantoujou Sword Forge
将大鍛刀場
京都府亀岡市本陣町西加倉石敷32-1
See on map Get Transit Info
<https://translate.google.com/translate?hl=ka&la=fr&en&u=https://morinokiyoto.jp/event/experience-36005/>

Tradition
Forge Your Very Own Katana in Kyoto
Learn the techniques of an authentic swordsmith

プライム・スクーバ石垣 (沖縄県石垣市)

Prime Scuba Ishigaki
プライム・スクーバ石垣
沖縄県石垣市真栄里345-9
See on map Get Transit Info
<https://www.primescuba-isg.com>

Outdoor
An exceptional island paradise
Sensational subtropical scuba diving in Ishigaki, less than 4 hours from Tokyo

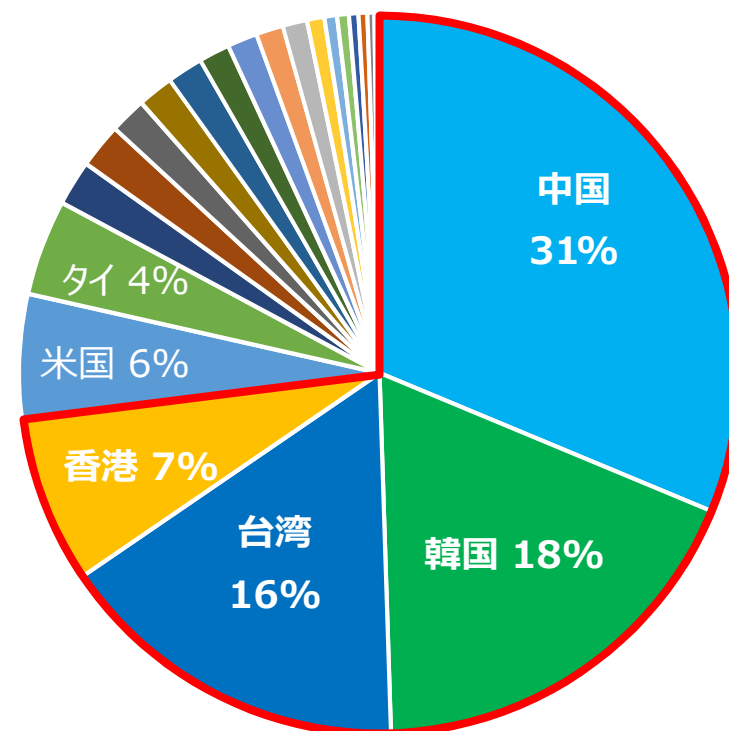
2. 次期観光立国推進基本計画に盛り込むべき施策、留意すべき事項等 訪日外客数の推移（国別・2016年と2019年比較）

- 2017年から2019年にかけて現行基本計画に則り施策を実行し、各国の訪日外客数は着実に増加。
- 一方で、国別訪日外客数には偏りがあり、2019年実績では東アジア（中国・韓国・台湾・香港）からの入国が7割以上を占めている状況。

（単位：人）

市場	2016	2019	伸び率	年平均伸び率
韓国	5,090,302	5,584,597	9.7%	3.1%
中国	6,373,564	9,594,394	50.5%	14.6%
台湾	4,167,512	4,890,602	17.4%	5.5%
香港	1,839,193	2,290,792	24.6%	7.6%
タイ	901,525	1,318,977	46.3%	13.5%
シンガポール	361,807	492,252	36.1%	10.8%
マレーシア	394,268	501,592	27.2%	8.4%
インドネシア	271,014	412,779	52.3%	15.1%
フィリピン	347,861	613,114	76.3%	20.8%
ベトナム	233,763	495,051	111.8%	28.4%
インド	122,939	175,896	43.1%	12.7%
豪州	445,332	621,771	39.6%	11.8%
米国	1,242,719	1,723,861	38.7%	11.5%
カナダ	273,213	375,262	37.4%	11.2%
メキシコ	43,509	71,745	64.9%	18.1%
英国	292,458	424,279	45.1%	13.2%
フランス	253,449	336,333	32.7%	9.9%
ドイツ	183,288	236,544	29.1%	8.9%
イタリア	119,251	162,769	36.5%	10.9%
ロシア	54,839	120,043	118.9%	29.8%
スペイン	91,849	130,243	41.8%	12.3%
中東地域	67,152	95,160	41.7%	12.3%

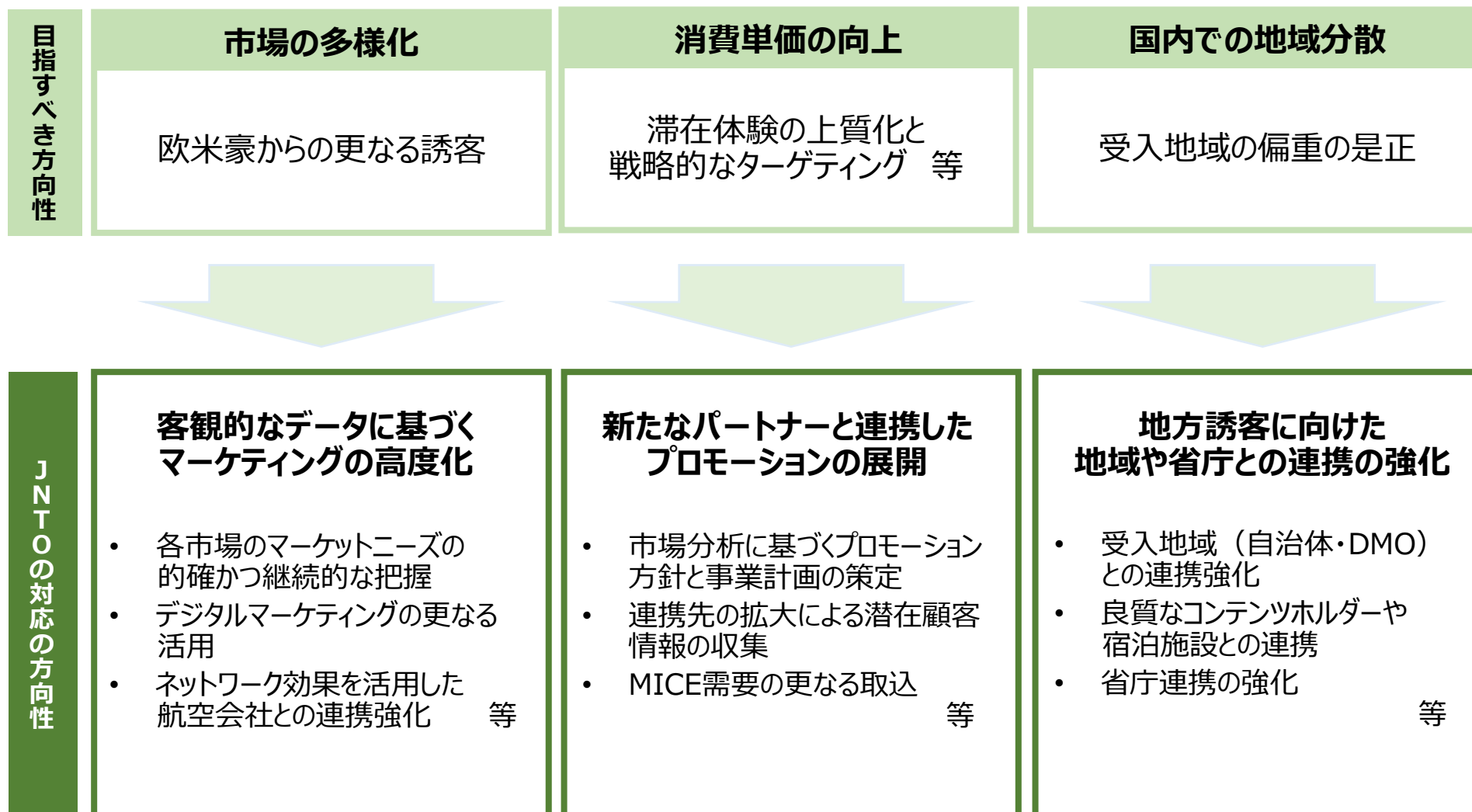
国別訪日外客数割合（2019）



出典：日本政府観光局（JNTO）

2. 次期観光立国推進基本計画に盛り込むべき施策、留意すべき事項等

2030年6000万人・15兆円達成に向けて重要なポイント及びJNTOとしての対応方針



2. 次期観光立国推進基本計画に盛り込むべき施策、留意すべき事項等 上質なインバウンド観光サービスの創出に向けて

海外の旅行会社や国内関係者（ランドオペレーター、宿泊施設）へのヒアリング等から判明した課題は以下の通り。

① 上質なインバウンド観光コンテンツの開発

- 東京、京都、大阪以外の地方の上質なインバウンド観光コンテンツの開発
- 各地方ならではの本物の体験

② 観光コンテンツのフレキシブルな受入体制、特別対応

- 貸し切り対応や営業時間外の特別な受入
- 飲食店等における英語での対応

③ 上質なインバウンド観光サービスに対応できるガイド等の育成

- 観光コンテンツの深いストーリーや背景を、各言語で外国人旅行者にもわかりやすく説明できるガイドが不足
- 旅行の満足度はガイドによるもの大きい

④ 上質なインバウンド観光サービスを扱うランドオペレーター、コンシェルジュの不足と育成

- 海外の旅行会社が求める迅速かつ的確なサービスを提供できるランドオペレーターが不足
- 旅行中に旅行者の多様なニーズに応えるコンシェルジュの育成が必須

⑤ 上質な宿泊施設の誘致・サービスの向上

- 東京、京都、大阪以外の地方のラグジュアリーホテルが不足
- 高級旅館は存在するが、外国語対応、個別ニーズに基づく柔軟なサービス対応の改善が必要