

国際観光の将来予測及び外国人観光客の 訪日促進策

Trend of international tourism and policy for promoting
inbound tourism to Japan

2005.5.31

運輸政策研究所 研究員 田中 賢二

本日の趣旨

政府の目標

2010年に訪日外国人旅行者数を1,000万人にする

更に新たな目標を加え、そのための対策を講じていくことが必要

本日の発表内容

1. 日本の国際観光を巡る現状
2. 外国人観光客の訪日促進に係る課題と対策
3. 提言

本日の発表内容

1. 日本の国際観光を巡る現状

2. 外国人観光客の訪日促進に係る課題と対策

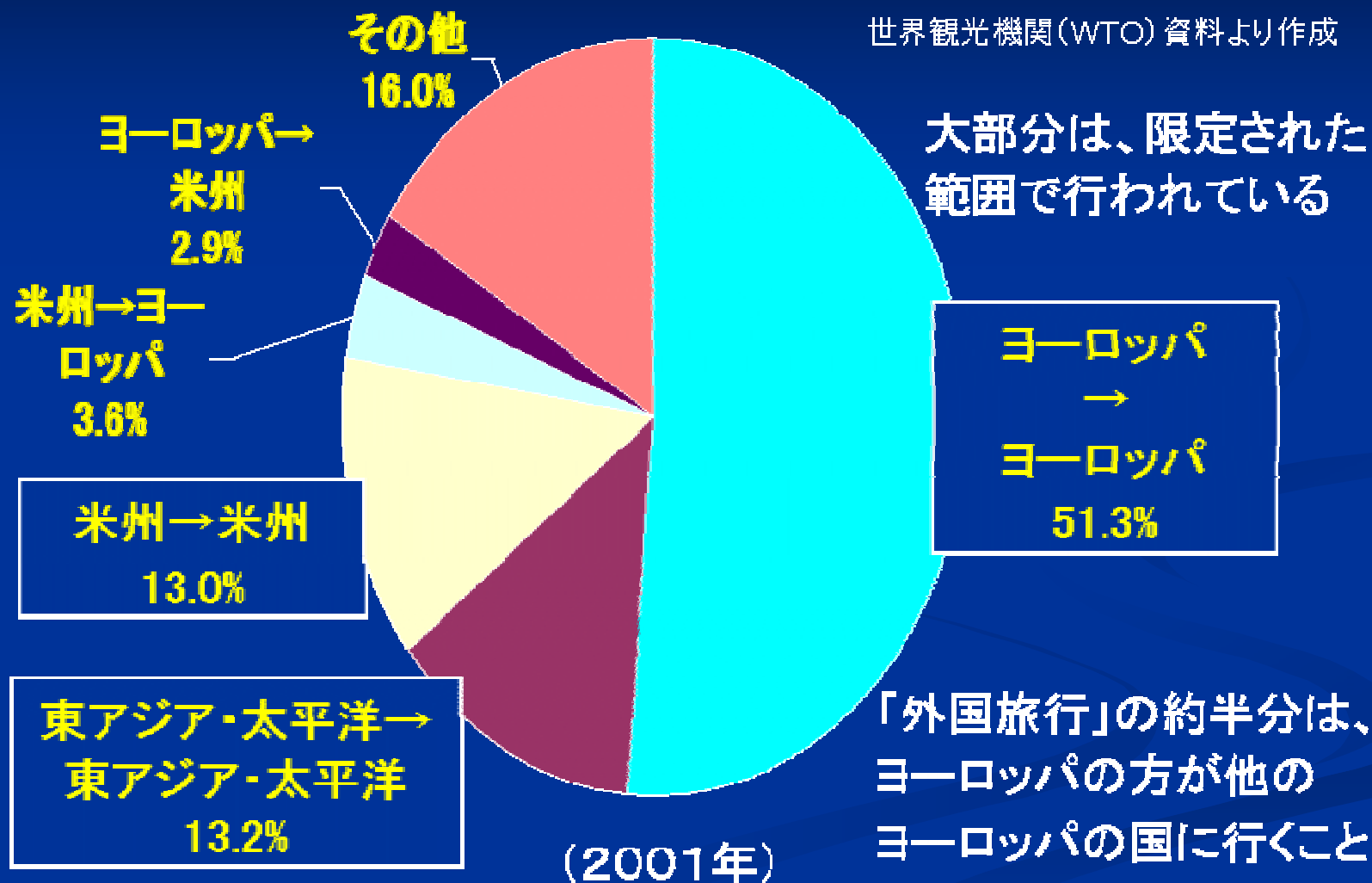
3. 提言

日本の現状に関する認識及び分析

こんなことを思っていないませんか？	分析を進めてみると・・・
①日本は人気のない国だ 	○近隣諸国・地域では人気が高い
②アメリカからの観光客が最も多い 	○韓国、台湾からの観光客に依存している
③訪日外国人旅行者の方のほとんどは初訪日だ 	○特に、香港、台湾からは、リピーターの割合が高い
④訪日外国人旅行者数は、右肩上がりで伸びていく 	○流行り・廃りがあるので、安心できない 

外国旅行者の地域間流動

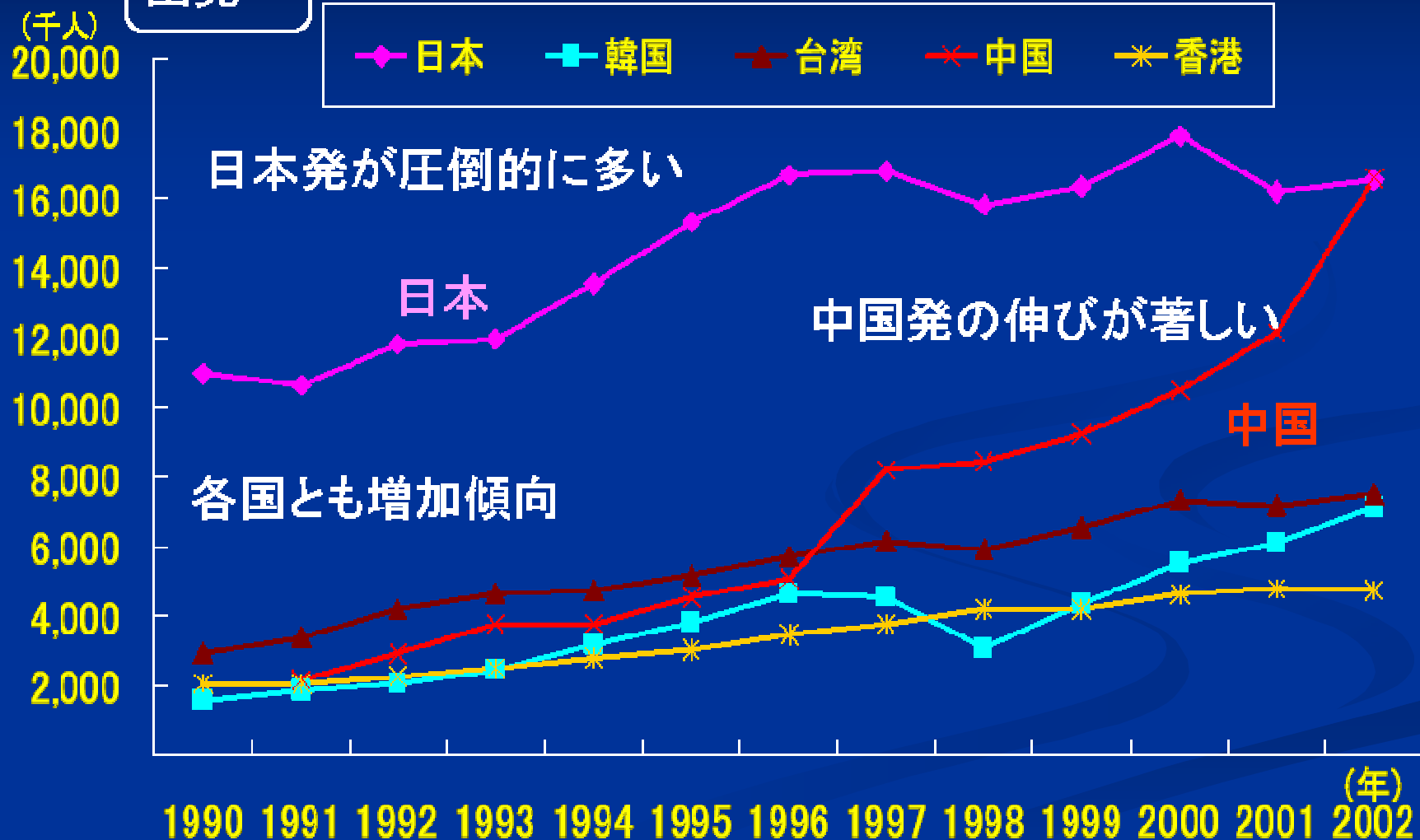
世界観光機関(WTO) 資料より作成



アジア各国の外国旅行をした方の数

各国政府観光当局資料より作成

出発→



近隣国・地域の外国観光目的地ランキング

出発→

各国政府観光当局資料より作成

	韓国発		台湾発		香港発	
順位	国名	人数	国名	人数	国名	人数
1	中国	867,522	香港	1,185,225	マカオ	3,673,035
2	日本	588,947	日本	769,074	タイ	479,712
3	タイ	500,654	タイ	634,338	日本	255,294
：	：	：	：	：	：	：

台湾発の香港については、2001年のデータ。

香港発中国行きの旅行者については、目的別のデータがないため除外している。

(アジア内、2002年)

→近隣国・地域では日本の人気が高い。



訪日外国人旅行者の国別内訳

国際観光振興機構(JNTO) 資料より作成

→到着

総数

商用

観光

→韓国及び台湾からの観光客に依存

韓国

台湾

アメリカ

その他

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

(2004年)

訪日旅行者に占めるリピーターの割合の推移 (1996～2004)

国際観光振興機構(JNTO)調査より作成

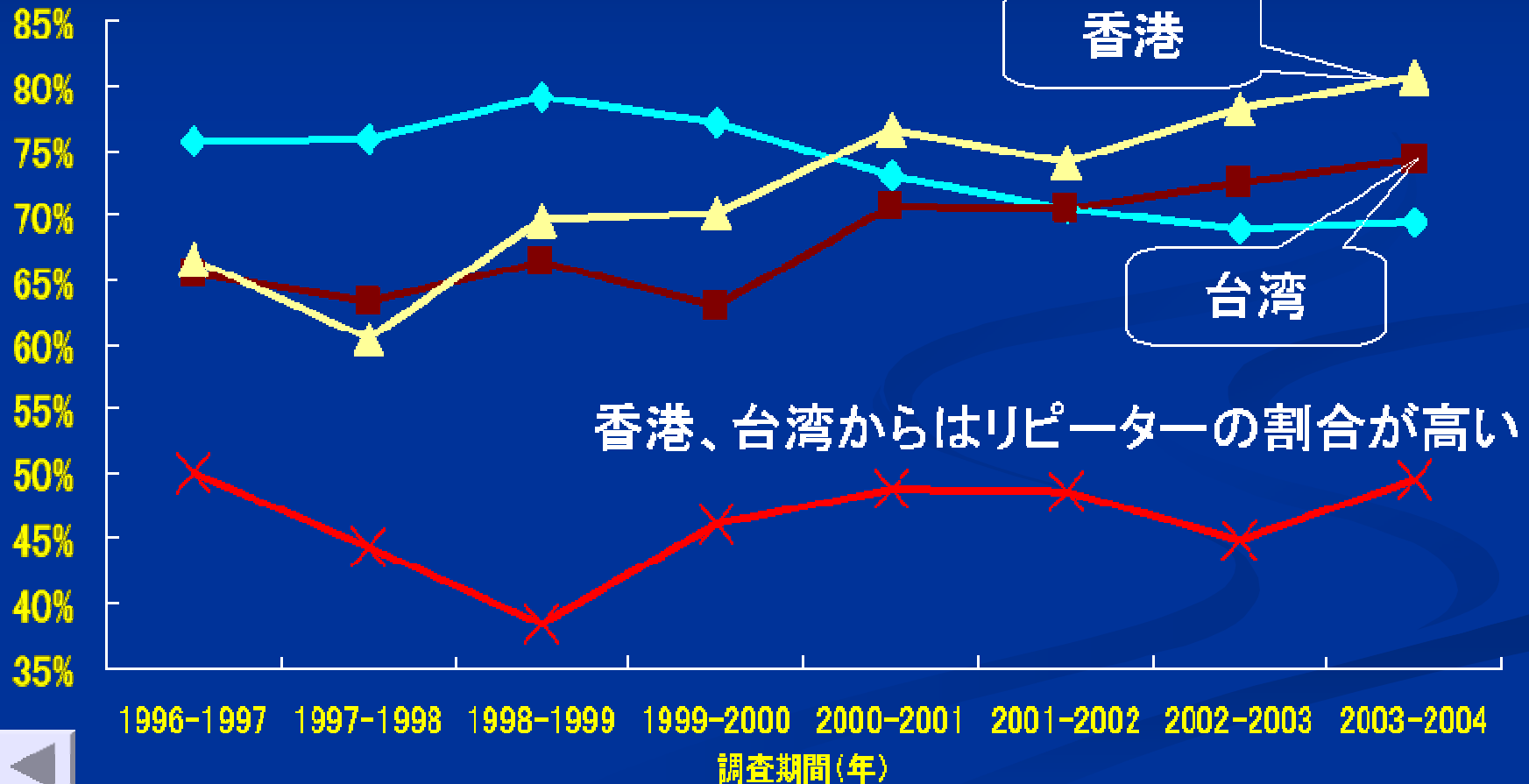
→到着

◆ 韓国

■ 台湾

▲ 香港

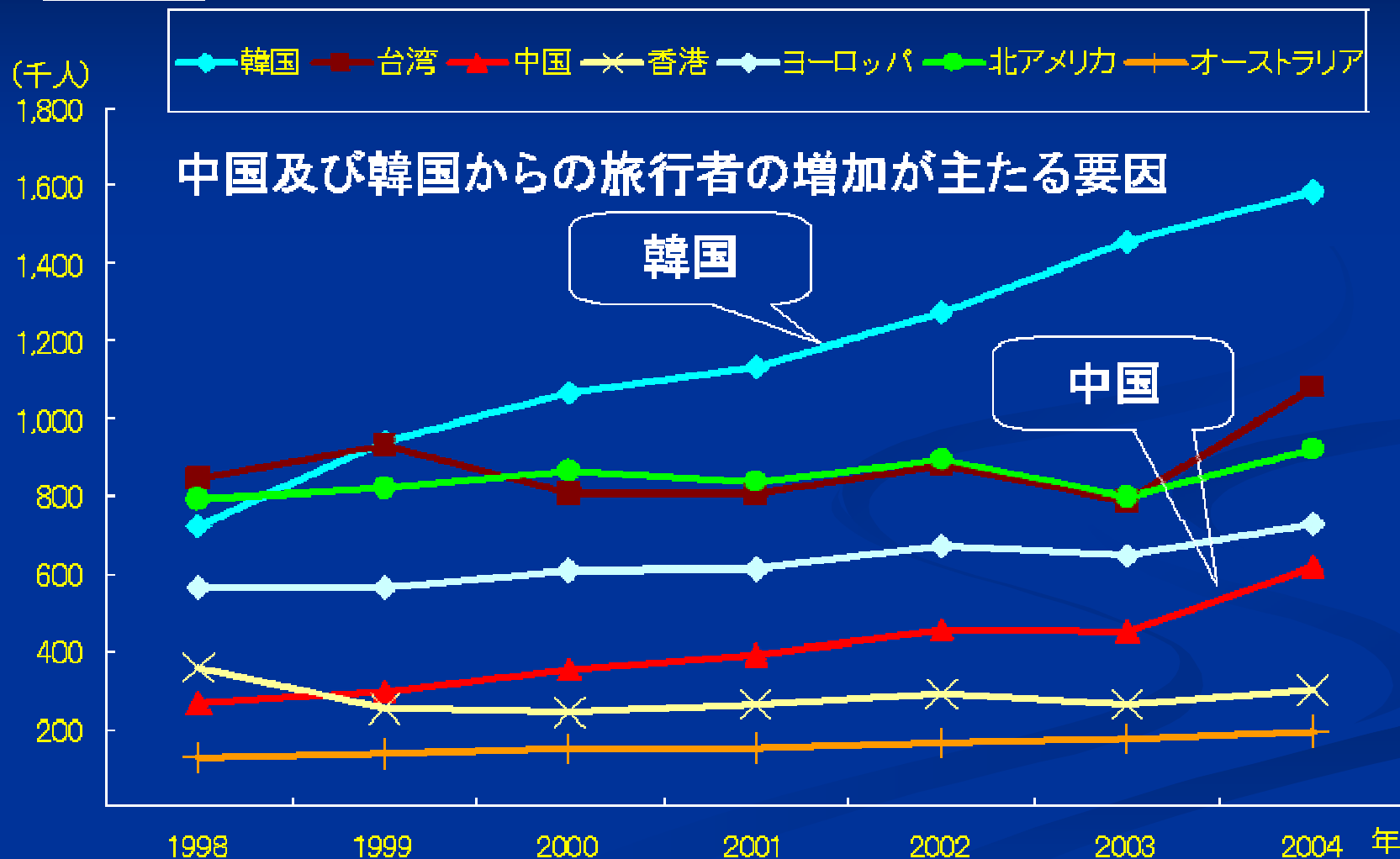
× 中国



訪日外国人旅行者数の推移

国際観光振興機構(JNTO)資料より作成

→到着



各国発外国旅行者に占める訪日観光客のシェアの推移

各国政府観光当局資料より作成

→到着

韓国

台湾

中国

香港



目的地別の日本人外国旅行者数の推移

国際観光振興機構(JNTO)資料等より作成

出発→

各国(千人)

全体(千人)

中国 韓国 香港 タイ 台湾 ハワイ 全体

近年のハワイの落ち込み

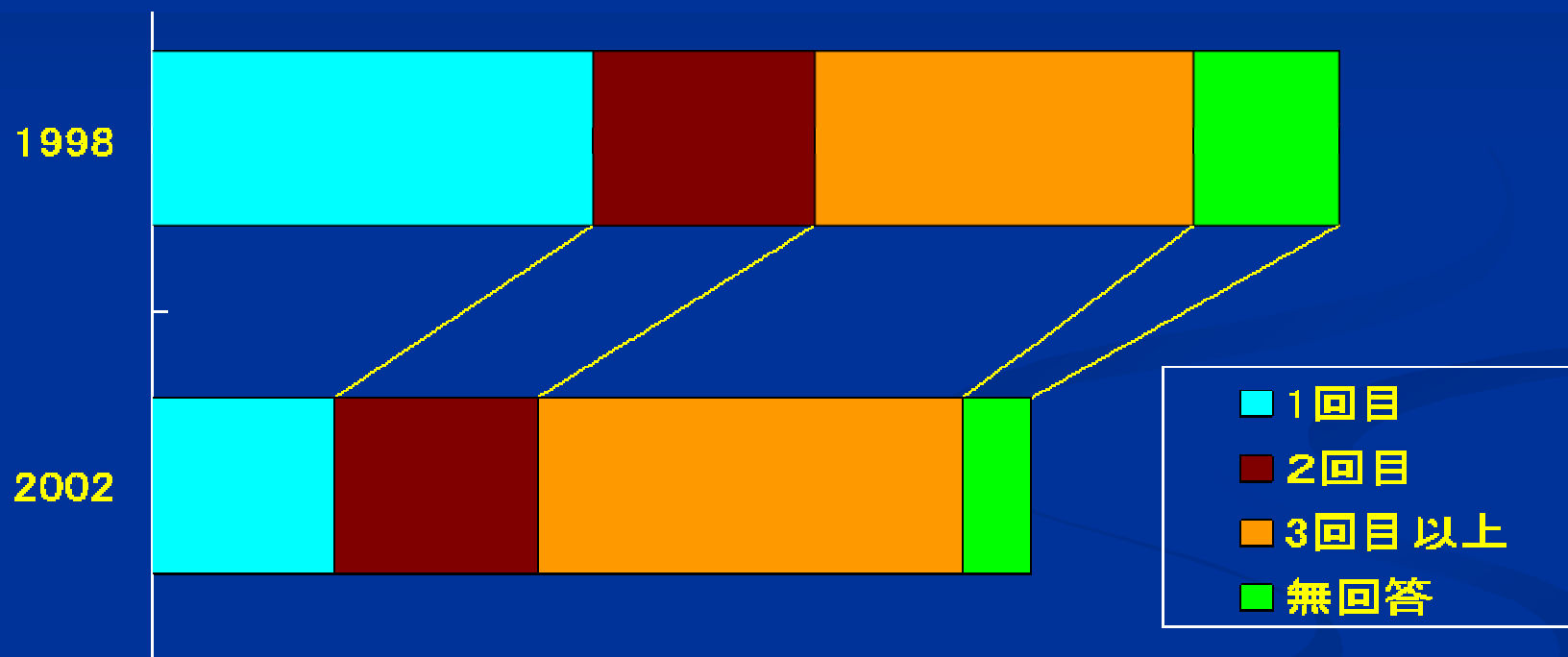
中国及び韓国への旅行者の増加

1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 (年)

日本人のハワイ旅行における変化

「JTB REPORT」各年版等より作成

ハワイを訪れる日本人の訪問回数(1998、2002)



リピーターを増やせていない

訪日旅行者に占めるリピーターの割合の推移 (1996～2004)

国際観光振興機構(JNTO)調査より作成

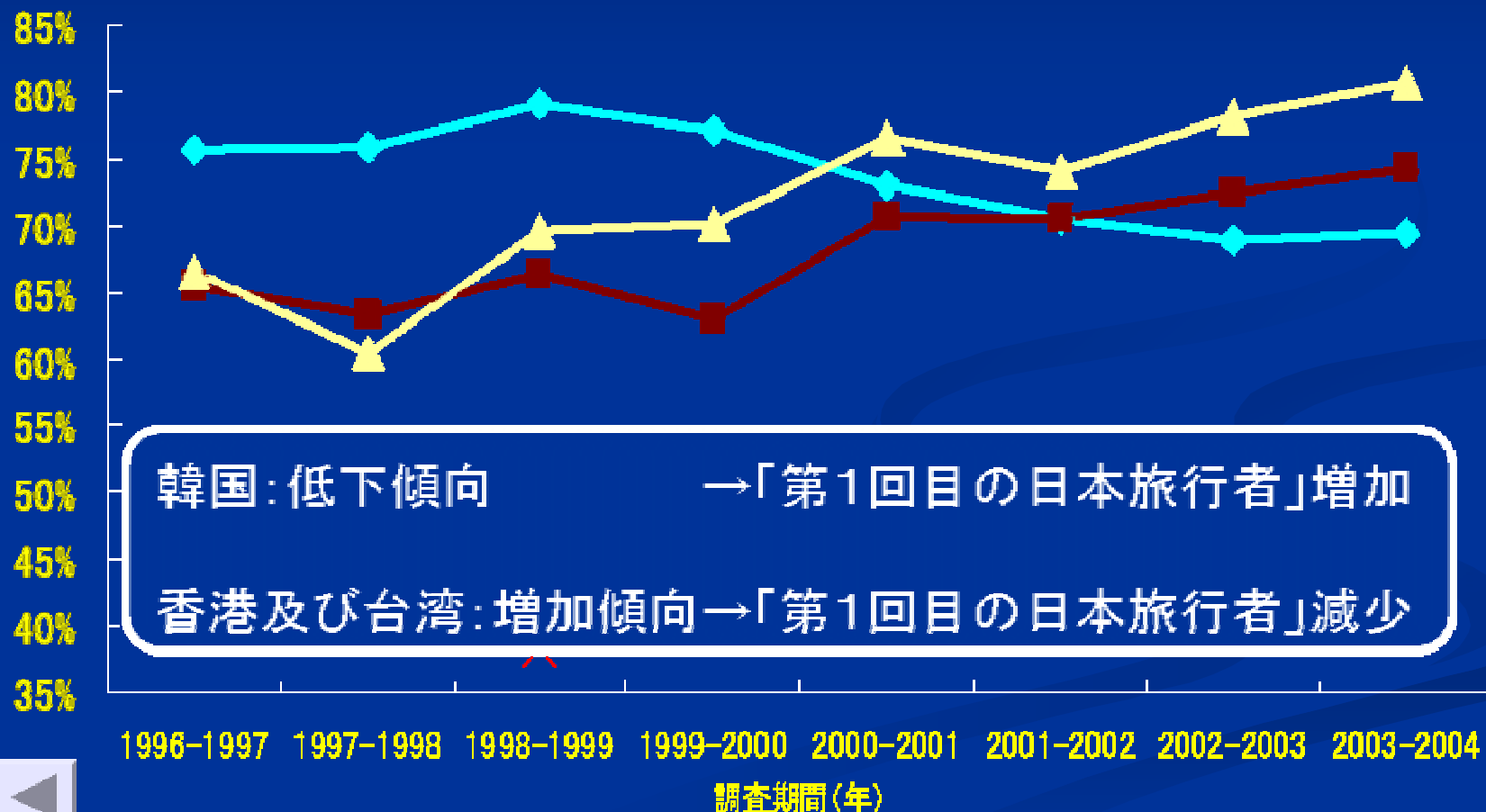
→到着

◆ 韓国

■ 台湾

▲ 香港

✕ 中国



本日の発表内容

1. 日本の国際観光を巡る現状

2. 外国人観光客の訪日促進に係る課題と
対策

3. 提言

論点の絞り込み

どうすればいいのか？

「日本旅行」販売という商売として考える

→ どんどん売っていく

→ 新規のお客様の獲得

リピーターの獲得

こんなこと思っているじゃないですか？

1. ツアー造成

- ・日本の魅力は、祭、神社・仏閣など伝統、歴史、文化だ
- ・アピールさえすれば「地元」に来てもらえる
- ・どうしていいのかわからない(ホテル・旅館、観光施設等)

2. 広報

- ・イベント、外国旅行代理店の方の日本への招待が大事
- ・特定の市町村、施設、ホテルだけをアピールできない

3. 価格

- ・少しでも安くしなければならない

4. リピーターの確保

- ・観光資源の質・量で、旅行者の満足度が決まる

5. 調査、分析

- ・外国のことは難しい、データがない(とれない)

こんなこと思っていらっしゃいませんか？

1. ツアー造成

- ・日本の魅力は、祭、神社・仏閣など伝統、歴史、文化だ
 - 都市の魅力、風景、ゴルフ、温泉等多様な魅力
- ・アピールさえすれば「地元」に来てもらえる
 - 人気があるところとないところははっきり分かれる
 - 1つの都道府県だけではツアーになりにくい
 - フライト、ホテルの確保が大きな問題
- ・どうしていいのかわからない(旅館、観光施設等)
 - マッチングサービスを検討すべき



こんなこと思っていらっしゃいませんか？

2. 広報

- ・イベント、外国旅行代理店の方の日本への招待が大事

 - インバウンド事業者とのタイアップが効果的

- ・特定の市町村、施設、ホテルだけをアピールできない

 - 「売れているもの」のPRへの転換



こんなこと思っていらっしゃいませんか？

3. 価格

- ・少しでも安くしなければならない
→ 「安売り」してはならない



こんなこと思っていらっしゃいませんか？

4. リピーターの確保

- ・観光資源の質・量で、旅行者の満足度が決まる

- 情報の質、量が重要な要因

- 通訳ガイド、添乗員の質が重要な影響を与える



こんなこと思っていらっしゃいませんか？

5. 調査、分析

- ・外国のことは難しい、データがない(とれない)

- しっかりと調査をすればデータは入手できるはず

- 情報の断絶状態を改善しなければならない



本日の発表内容

1. 日本の国際観光を巡る現状

2. 外国人観光客の訪日促進に係る課題と対策

3. 提言

提言1 (全般)

政府は、新たに以下の目標を追加すべき

**顧客満足度の維持向上及びリピーター
獲得数の継続的な増加**

「安売り」しないをキャッチフレーズに！

提言2 (特に申し上げたいこと)

航空会社、ホテル・旅館、観光施設等には、

- ・有望な市場を逃さない
- ・格付けの実施、公表
- ・通訳ガイドへのアメとムチ

をお願いします

提言2 (特に申し上げたいこと)

インバウンド業者、地方公共団体には、

- ・タイアップして、「受ける」広報
- ・無資格ガイドを手配しない
- ・単独の都道府県での取組をやめる
- ・共同での通訳ガイド試験、資格の付与

をお願いします

提言2 (特に申し上げたいこと)

国、JNTOには、

- ・「日本は人気がない」と言わない
- ・大規模マーケティング調査、分析、公表
- ・事業者間のマッチングサービス
- ・国内サービスに対する品質保証
- ・外国での日本情報のチェック、修正

をお願いします

提言2 (特に申し上げたいこと)

研究者には、

- ・データに基づく観光研究の推進
- ・「インバウンド観光促進」分野への参入

をお願いします

**本日の発表は以上です。
ご静聴ありがとうございました。**