

2021年1月25日発行 12月版

# 訪日市場レポート

**UNIQUE**  
**USP Japan**

## 【市況（実績・データ）】

### 月次実績

- ・ 2020年 年間/12月 訪日外客数 日本政府観光局（JNTO）・ 訪日外客統計
- ・ 12月 訪日外客数 日本政府観光局（JNTO）・ 訪日外客統計
- ・ 12月 地域別訪日市場の概況 日本政府観光局（JNTO）・ 訪日外客統計
- ・ 10・11月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・ 宿泊旅行統計調査
- ・ 12月 百貨店売上高・ 来店動向 日本百貨店協会

## 【市況（報道発表・トピックス・ニュース）】

### 報道発表

- ・ 「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2020」 受賞者決定 日本政府観光局

### レポート

- ・ 訪日旅行市場における需要回復局面の旅行者ニーズと志向に関する調査 日本政府観光局

### ニュース

- ・ なぜ多くの人々が日本を好きなのか？それがわかる10のコト 百度（バイドゥ）
- ・ 【年頭所感】観光庁長官・蒲生篤実氏 トラベルボイス
- ・ 《2021新春インタビュー》清野 智・日本政府観光局理事長 観光経済新聞
- ・ 《年頭メッセージ》Trip.comグループ日本代表 蘇俊達氏 トラベルビジョン
- ・ すべて職員の手作り 滋賀・びわ湖 海外向けVlogの投稿を開始 びわこビズターズビューロ
- ・ 中国ショッピングサイトでウルトラマンの検索が2億回超 人民網日本語版
- ・ 大好きな沖縄「空から見るだけ～」元日フライトで旅行気分 観光経済新聞
- ・ 観光メディア経由で訪日旅行者を可視化する訪日検証メディアプロモーションの提供開始 日本経済新聞
- ・ デジタル化で観光都市に「日本地域国際化推進機構」が発足 トラベルボイス

## 【市況（実績・データ）】 月次

2020年 年間/12月訪日外客数 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計 -1/20・JNTO発表一

URL [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/210120\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/210120_monthly.pdf)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2019年 12月	2020年 12月	伸率(%)	2019年 1月~12月	2020年 1月~12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,526,387	58,700	-97.7	31,882,049	4,115,900	-87.1
韓国	South Korea	247,959	2,800	-98.9	5,584,597	487,900	-91.3
中国	China	710,234	18,400	-97.4	9,594,394	1,069,200	-88.9
台湾	Taiwan	348,269	1,000	-99.7	4,890,602	694,500	-85.8
香港	Hong Kong	249,642	300	-99.9	2,290,792	346,100	-84.9
タイ	Thailand	164,936	700	-99.6	1,318,977	219,800	-83.3
シンガポール	Singapore	100,376	100	-99.9	492,252	55,300	-88.8
マレーシア	Malaysia	78,250	300	-99.6	501,592	76,500	-84.7
インドネシア	Indonesia	59,203	3,300	-94.4	412,779	77,700	-81.2
フィリピン	Philippines	81,542	2,300	-97.2	613,114	109,100	-82.2
ベトナム	Vietnam	30,606	15,700	-48.7	495,051	152,500	-69.2
インド	India	11,739	1,600	-86.4	175,896	26,900	-84.7
豪州	Australia	72,653	200	-99.7	621,771	143,600	-76.9
米国	U.S.A.	144,498	1,300	-99.1	1,723,861	219,300	-87.3
カナダ	Canada	35,132	200	-99.4	375,262	53,300	-85.8
メキシコ	Mexico	6,499	50	-99.2	71,745	9,530	-86.7
英国	United Kingdom	27,750	400	-98.6	424,279	51,100	-88.0
フランス	France	20,261	400	-98.0	336,333	43,100	-87.2
ドイツ	Germany	13,639	300	-97.8	236,544	29,700	-87.4
イタリア	Italy	11,196	200	-98.2	162,769	13,700	-91.6
ロシア	Russia	8,833	400	-95.5	120,043	22,300	-81.4
スペイン	Spain	7,295	100	-98.6	130,243	11,700	-91.0
中東地域	Middle East	5,554	100	-98.2	95,160	7,800	-91.8
その他	Others	90,321	8,550	-90.5	1,213,993	195,270	-83.9

出典：日本政府観光局(JNTO)

### 【年間統計】

2020年の訪日外客数は、4,115,900人（前年比87.1%減）となった。

1月下旬以降の新型コロナウイルス感染症の拡大により、2月以降順次水際対策が強化されたことに伴い、訪日外客数は激減した。

7月以降、ビジネス目的（順次、留学、家族滞在等のその他の在留資格へも拡大）の入国が限定的ながら再開されたが、観光目的での入国は、現在まで認められていない。

### 【12月統計】

12月の訪日外客数は、58,700人（前年同月比97.7%減）で、15か月連続で前年同月を下回り、実数としては前月からほぼ横ばいとなった。

**2020年、年間の訪日外客数は前年比13%、12月外客数は97.7%減**

- ① 2020年2月以降、順次水際対策が強化されたことに伴い、訪日外客数は激減
- ② 2021年1月現在、緊急事態解除宣言下でビジネストラックなどは一時停止

## 【市況（実績・データ）】月次

### 12月 地域別訪日市場概況 日本政府観光局(JNTO) 訪日外客統計 -1/20・JNTO発表-

URL [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/210120\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/210120_monthly.pdf)

国・地域	Country/Area	総数 Total		
		2019年 12月	2020年 12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,526,387	58,700	-97.7
韓国	South Korea	247,959	2,800	-98.9
中国	China	710,234	18,400	-97.4
台湾	Taiwan	348,269	1,000	-99.7
香港	Hong Kong	249,642	300	-99.9
タイ	Thailand	164,936	700	-99.6
シンガポール	Singapore	100,376	100	-99.9
マレーシア	Malaysia	78,250	300	-99.6
インドネシア	Indonesia	59,203	3,300	-94.4
フィリピン	Philippines	81,542	2,300	-97.2
ベトナム	Vietnam	30,606	15,700	-48.7
インド	India	11,739	1,600	-86.4
豪州	Australia	72,653	200	-99.7
米国	U.S.A.	144,498	1,300	-99.1
カナダ	Canada	35,132	200	-99.4
メキシコ	Mexico	6,499	50	-99.2
英国	United Kingdom	27,750	400	-98.6
フランス	France	20,261	400	-98.0
ドイツ	Germany	13,639	300	-97.8
イタリア	Italy	11,196	200	-98.2
ロシア	Russia	8,833	400	-95.5
スペイン	Spain	7,295	100	-98.6
中東地域	Middle East	5,554	100	-98.2
その他	Others	90,321	8,550	-90.5

出典：日本政府観光局(JNTO)

中国は、前年同月比97.4%減の18,400人であった。

国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年11月30日から「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が運用されていたが、緊急事態解除宣言が発表されるまでの間、運用が停止されている。

ベトナムは、前年同月比48.7%減15,700人であった。2020年7月29日から「レジデンストラック」、11月1日から「ビジネストラック」が運用。しかし、緊急事態解除宣言が発表されるまでの間、運用が停止されている。

韓国は、前年同月比98.9%減の2,800人であった。2020年10月8日から「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が運用されていたが、緊急事態解除宣言が発表されるまでの間、運用が停止されている。

**1月現在、緊急事態宣言解除までビジネス・レジデンストラックは全て停止**

○ 2020年12月 訪日外客数 1位ベトナム、2位中国、3位韓国

# 【市況（実績・データ）】月次

## 10・11月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・宿泊旅行統計調査 — 12/25・観光庁発表 —

URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001380309.pdf>

### 市場別宿泊者数10月

順位	国籍（出身地）	合計		前年同月比
		（人泊）	シェア	
第1位	アメリカ	49,730	21.7%	-92.8%
第2位	中国	22,620	9.9%	-99.0%
第3位	フィリピン	16,170	7.0%	-85.6%
第4位	ベトナム	15,050	6.6%	-78.9%
第5位	韓国	6,740	2.9%	-98.0%
第6位	インド	6,310	2.8%	-87.8%
第7位	インドネシア	5,690	2.5%	-94.2%
第8位	タイ	5,380	2.3%	-98.6%
第9位	台湾	4,620	2.0%	-99.6%
第10位	フランス	4,170	1.8%	-97.9%
第11位	シンガポール	2,990	1.3%	-98.5%
第12位	英国	2,200	1.0%	-99.5%
第13位	ドイツ	2,150	0.9%	-98.6%
第14位	香港	2,110	0.9%	-99.6%
第15位	ロシア	1,830	0.8%	-96.3%
第16位	オーストラリア	1,640	0.7%	-99.5%
第17位	マレーシア	1,580	0.7%	-98.7%
第18位	カナダ	1,220	0.5%	-99.0%
第19位	スペイン	550	0.2%	-99.4%
第20位	イタリア	540	0.2%	-99.4%
	その他	66,150	28.8%	-94.1%
	合計	229,450	100.0%	-97.4%

### 外国人宿泊者、11月は前年比95.1%減少

①【10月】外国人宿泊者数は、1位がアメリカ、2位が中国、3位がフィリピン。

②【10月】上位5か国が全体の48.1%を占める。

### 延べ宿泊者

（万人泊）

	全体	日本人	外国人
R2.10	3,241	3,215	27
（前年同月比）	-35.2%	-19.2%	-97.4%
R2.11（※）	3,466	3,421	44
（前年同月比）	-30.2%	-15.7%	-95.1%

※令和2年11月の数値は第1次速報値であり、令和3年1月29日公表予定の第2次速報値で変更となる可能性がある。

### 都道府県別外国人宿泊者数の前年同月比（10月）

（単位：人泊）

施設所在地	延べ宿泊者数	前年同月比
全国	266,070	-97.4%
北海道	10,500	-98.1%
青森県	1,550	-97.8%
岩手県	880	-98.4%
宮城県	2,490	-96.4%
秋田県	1,030	-96.0%
山形県	1,430	-92.7%
福島県	2,400	-91.0%
茨城県	6,990	-73.4%
栃木県	1,310	-97.7%
群馬県	1,020	-95.6%
埼玉県	1,290	-93.8%
千葉県	46,600	-87.9%
東京都	47,290	-98.2%
神奈川県	15,910	-95.0%
新潟県	1,260	-94.4%
富山県	860	-97.5%
石川県	1,970	-98.2%
福井県	1,010	-87.4%
山梨県	1,200	-99.2%
長野県	6,630	-94.4%
岐阜県	780	-99.5%
静岡県	4,090	-98.2%
愛知県	6,230	-97.9%
三重県	1,460	-95.9%
滋賀県	1,360	-96.1%
京都府	9,720	-99.2%
大阪府	26,090	-98.3%
兵庫県	4,020	-96.5%
奈良県	380	-99.2%
和歌山県	2,210	-96.8%
鳥取県	640	-95.5%
島根県	740	-93.4%
岡山県	1,410	-97.2%
広島県	5,460	-96.7%
山口県	1,200	-81.7%
徳島県	150	-98.9%
香川県	1,780	-98.4%
愛媛県	2,790	-87.1%
高知県	370	-96.4%
福岡県	6,550	-98.4%
佐賀県	1,200	-94.4%
長崎県	4,490	-90.5%
熊本県	860	-99.1%
大分県	1,820	-98.7%
宮崎県	1,440	-94.9%
鹿児島県	930	-98.8%
沖縄県	24,300	-96.0%

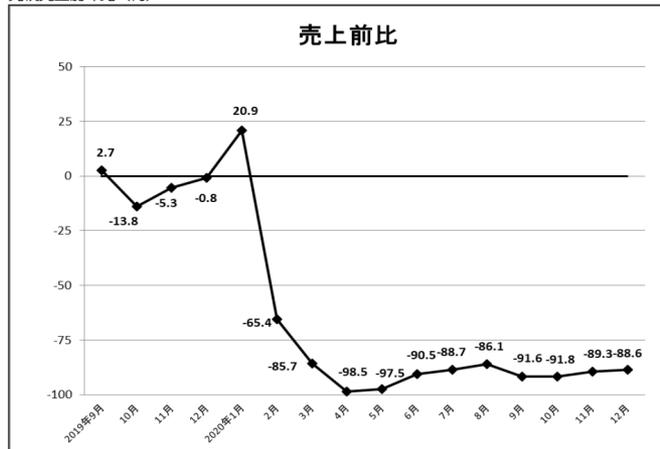
# 【市況（実績・データ）】 月次

## 12月/年間 全国百貨店売上高・来店動向

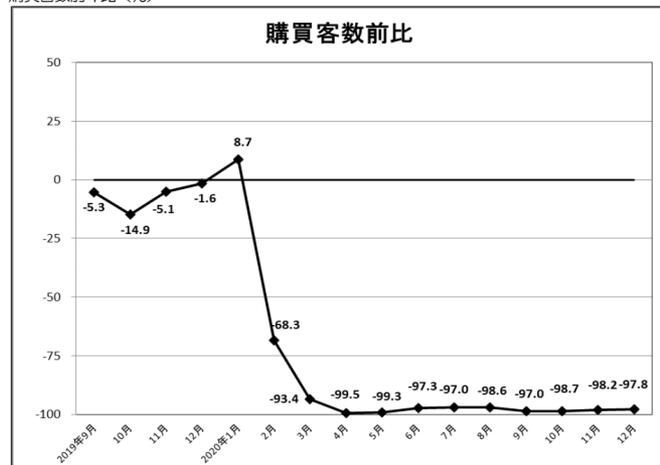
— 1/22 ・ 日本百貨店協会発表 —

URL [https://www.depart.or.jp/press\\_release\\_other/cat/](https://www.depart.or.jp/press_release_other/cat/)

免税売上前年比 (%)



購買客数前年比 (%)



※ 2020年4月度より対前年増減率の表記を「全国百貨店売上高概況」に合わせております

	実額【実数※】	前年同月比
① 免税総売上高	約34億4千万円	-88.6%
② 一般物品売上高	約23億9千万円	-86.6%
③ 消耗品売上高 (化粧品、食料品等)	約10億5千万円	-91.4%
④ 購買客数	約9千人※	-97.8%
⑤ 一人あたりの購買単価	約362,000円	427.7%

出典：百貨店協会 2020年12月の免税売上高・来店動向【速報】

### 【2020年12月統計】

12月の商況は、免税総売上高は約34億4千万円（前年比88.6%減）、購買客数は約9千人（同97.8%減）と売上、客数共に11か月連続のマイナスだった。

### 【2020年 年間統計】

2020年の年間（1月～12月）免税売上累計は、一般物品が414.3億円（前年比77.7%減）、消耗品が271.9億円（前年比83%減）となり、免税総売上高は約686.2億円（前年比80.2%減）となった。

### 売上高・購買客数ともに11か月連続でマイナス

- ① 人気商品の順位は、1位：化粧品、2位：ハイエンドブランド、3位：婦人服飾雑貨
- ② 免税手続来店国別順位は、1位：中国本土、2位：台湾、3位：香港

## 【市況】 報道発表

### 「JAPAN Best Incentive Travel Awards 2020」 受賞者決定 — 12/17・日本政府観光局—

URL [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/20201217.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20201217.pdf)

#### 《大賞》

イベント名	VME Retail Safari and the Beauty of Japan	日数・参加人数	10日間・18名
受賞者	teamtravel international GmbH (ドイツ)	参加者の国・地域	ドイツ
旅程 (抜粋)	【1日目】東京：皇居訪問。有名居酒屋での歓迎夕食会。渋谷のんびい横丁での飲み屋文化を体験 【2日目】東京：竹下通りや表参道ヒルズ等で、有名ブランドの小売店舗を視察し、ホスピタリティや商品ディスプレイを学ぶ。相撲観戦、有楽町でのバー巡りツアー 【3日目】東京：築地場外市場、寿司づくり体験でのチームビルディング。お台場デジタルアートミュージアム 【4日目】神奈川：箱根観光と温泉旅館体験 【5日目】京都：三十三間堂、祇園を観光 【6日目】京都：人力車による嵐山竹林散策、天龍寺訪問 【7日目】沖縄：首里城観光、クラフトビール醸造所で夕食、瀬良垣のリゾートホテル宿泊 【8日目】沖縄：恩納村のプライベートアイランドを貸し切った BBQ 【9日目】沖縄：自由行動 【10日目】帰国		
受賞理由	家具の販売成績優秀者を対象にした日本の小売文化を学ぶインセンティブツアー。東京、箱根、京都、沖縄と旅程に多様な訪問先が取り入れられていること、研修と観光の要素がうまくアレンジされていること、独創的なコンテンツを盛り込み、サプライズを手配することで参加者に“Wow”を感じさせたこと、経済効果も高いツアーであったこと等が評価された。また、以下の研修企画や特別感のある体験が高く評価された。 ・有名ブランドの小売店舗を視察し、日本のホスピタリティを学ぶ研修を実施 ・寿司づくり体験によるチームビルディング ・東京、沖縄の横丁での立ち飲みやウイスキーバー巡り等を行い、日本のナイトライフを体験 ・沖縄・恩納村のプライベートアイランドを貸し切った特別感のある BBQ パーティーの演出		

#### Japan Best Incentive Travel Awards とは

【目的】 訪日インセンティブ旅行のベストプラクティスの表彰により、海外における訪日インセンティブ旅行の造成意欲向上と、日本の各地域の新しいコンテンツ開発を促進し、同市場を活性化することが目的。

【対象】 2019年度実施の100人泊以上の旅行

【応募数】 16カ国・地域より 83 件の応募  
(過去最多)

【審査】 「顧客企業から評価された点」、「旅程に工夫が見られた点」、「地域の住民との交流や経済効果等地域へ貢献した点」において、外部有識者で構成する審査委員会を選出。

#### \* 訪日インセンティブ旅行の経済効果

インセンティブ旅行とは、企業がその従業員や代理店等のモチベーション向上のために実施する報奨旅行や研修旅行。観光庁の調査では、訪日インセンティブ旅行の外国人一人当たりの消費額は約 32 万円と算出されており、一般観光の消費額15.8 万円に対し経済波及効果が高いという結果。

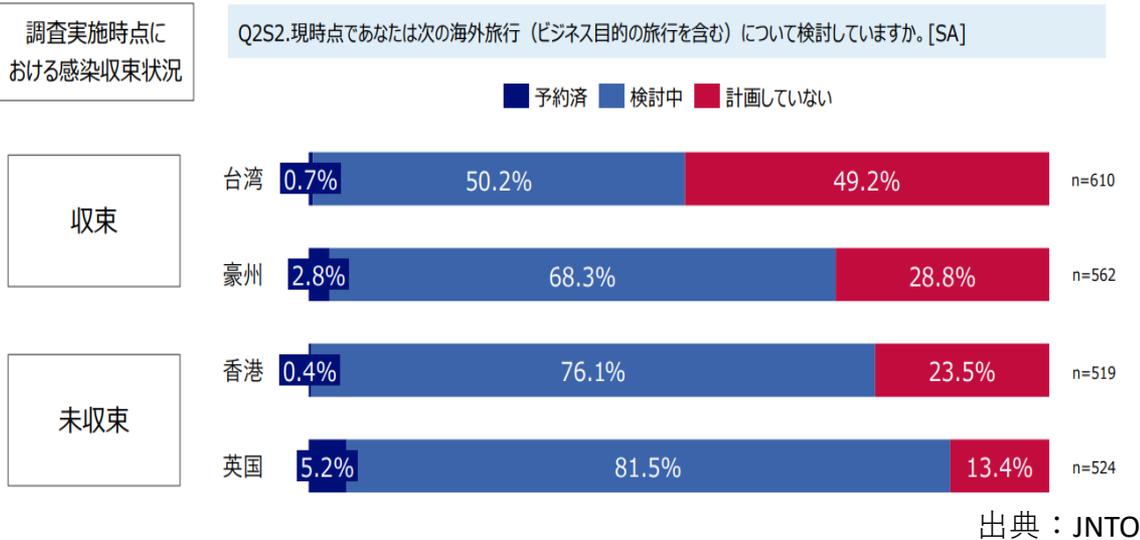
#### 訪日インセンティブ旅行大賞は、独事業者の人気エリアの回遊プランに！

○原宿・築地・箱根・京都・沖縄など、まさに「The日本」といわれるような日本を象徴するエリアにおける体験をベースにしたプランが受賞

## 【市況】レポート

# 訪日旅行市場における需要回復局面の旅行者ニーズと志向に関する調査 — 12/24・JNTO —

URL <https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20201224.pdf>



### 【アンケートの趣旨】

日本政府観光局は4市場を対象に調査を実施。

「コロナ下で行う旅行市場調査で何をどこまで把握できるか」

テストするとともに、需要の変化の有無を確認することが調査全体を通じた目的。

### 【前提条件】

“テスト調査”として対象を4市場に絞って実施。

### 【実査期間】

(2020/9/4~2020/9/14)

台湾は調査期間中の新型コロナ感染者数が最も少ない市場であったが、海外計画の検討に関しては、調査対象となった市場の中で最も慎重。

英国の場合、夏季のEU圏内における旅行規制の緩和が影響している可能性。アジアにおいても、今後、2国間の合意により旅行規制の緩和が先行した国において、旅行計画の検討が先行する可能性。

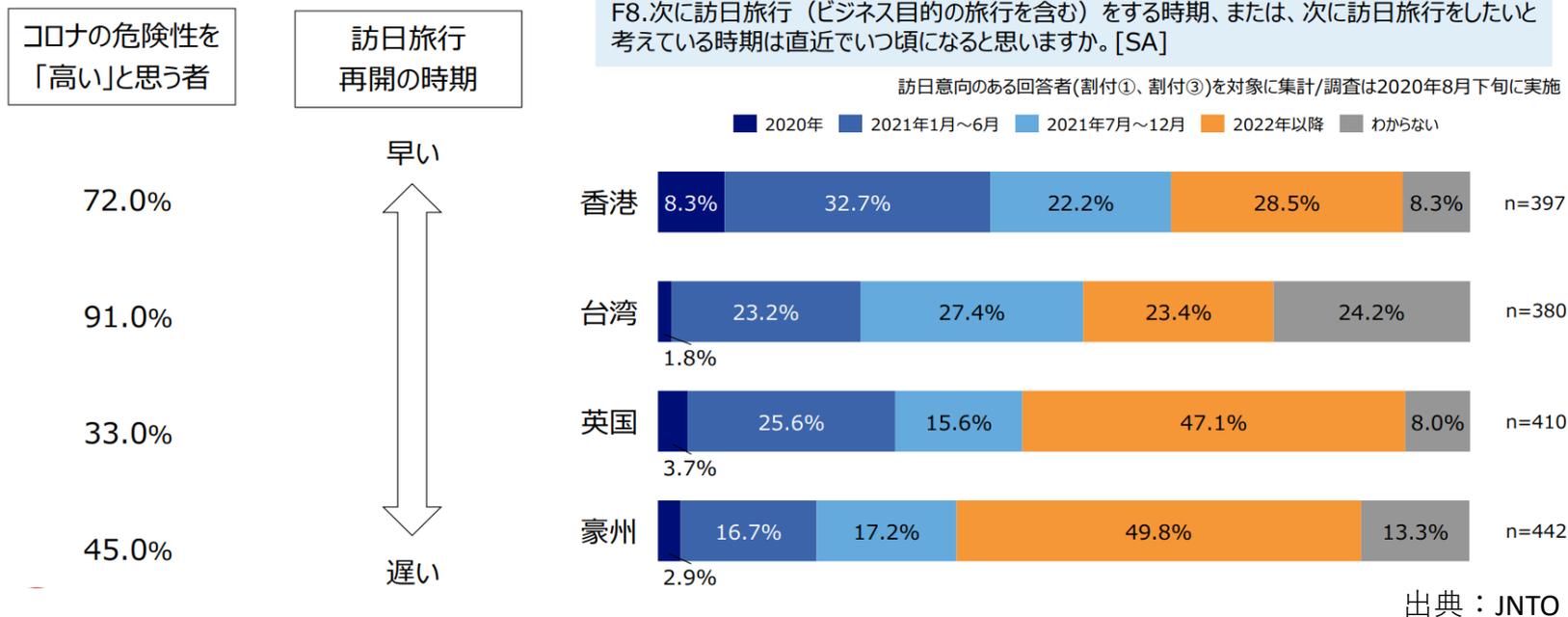
## 海外旅行再開意欲と感染の拡大・収束状況とは無関係

- ① 台湾、海外旅行に対して最も慎重な姿勢である
- ② 英豪は、海外旅行に意欲的であることが分かる

# 【市況】レポート

## 訪日旅行市場における需要回復局面の旅行者ニーズと志向に関する調査 — 12/24・JNTO —

URL <https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20201224.pdf>



台湾・香港は5割以上が2021年中の訪日旅行を希望しているのに対し、英国・豪州では5割近くが2022年以降と回答。「コロナの危険性」に関しては台湾・香港の方が英国・豪州より厳しく認識しているが、「訪日旅行再開の時期」に関しては近距離の台湾・香港の方が英国・豪州より早いとみられる。

### 訪日旅行の再開で需要回復が早く進む市場は？

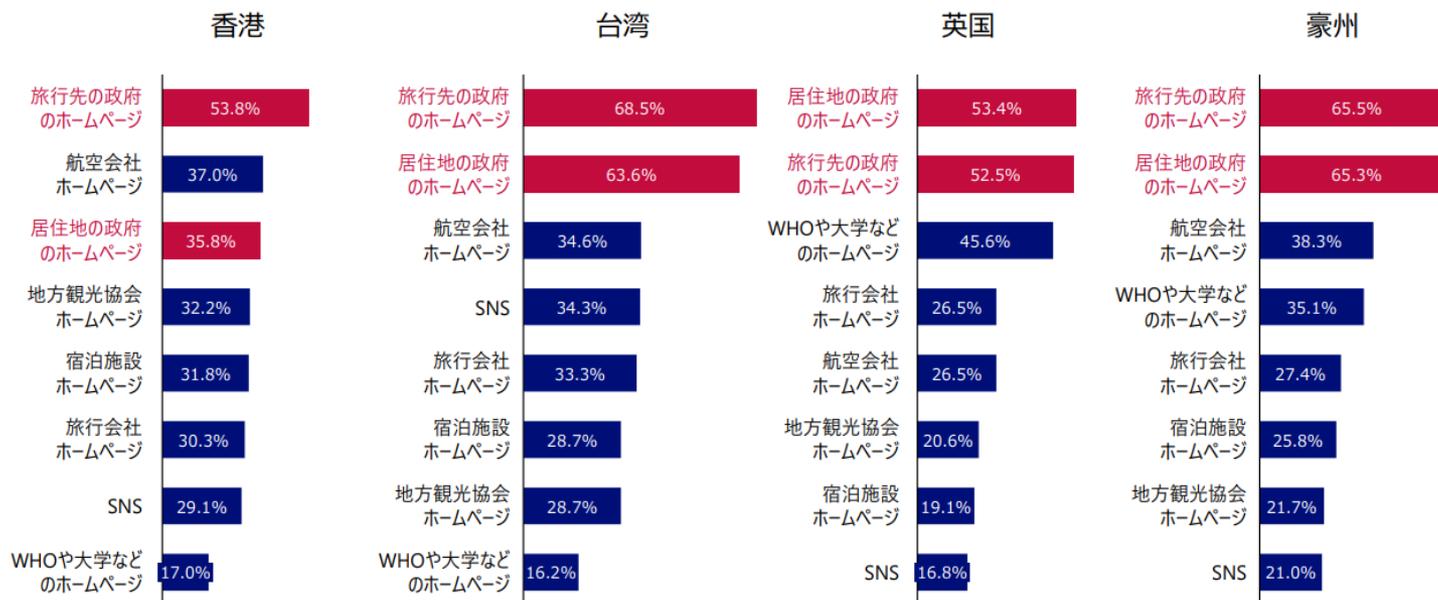
- ① 台湾・香港は2021年中の訪日を希望
- ② 訪日旅行再開は近距離の台湾・香港の方が英国・豪州より早いとみられる

# 【市況】 レポート

## 訪日旅行市場における需要回復局面の旅行者ニーズと志向に関する調査 — 12/24・JNTO—

URL <https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20201224.pdf>

Q7. 旅行先の状況について調べる時、あなたは次のどの情報源を利用すると思いますか。当てはまる選択肢を全て選んでください。[MA]



出典：JNTO

**ウィズコロナ旅行、行先の状況把握は、旅行先・居住国政府など公的な情報源の利用意向が高い**  
 コロナ前は、利用情報源の上位は「知人・友人などの情報」「トリップアドバイザーなどの口コミサイト」等だった。  
 コロナ下においては「旅行先・居住国政府のホームページ」が高くなっている

## 【市況】 ニュース

なぜ多くの人々が日本を好きなのか？それがわかる10のコト — 12/18・百度（バイドゥ） —

URL <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1686305436008625460&wfr=spider&for=pc>



「日本という国は多くの中国人にとって『愛らしく、恨めしい』存在、なぜなら日本に対する感情は非常に複雑だから。

在日外国人の中で、中国人の割合が最も高く、日本で仕事をしたり学んだりしているほか、日本国籍を取得する人までいる。

日本は先進国としての優位性があるものの彼らを本当に引きつけているのはそれだけではない。

これほど多くの人々が日本を好きになったのは偶然ではないのだ。

1. サービスの質、接客態度が良い
2. 物価が安く、安定している
3. 治安が良い
4. トイレが清潔で無料
5. 病気や入院も怖くない
6. 四季、文化が豊か
7. 時間に正確
8. 日本の家は快適
9. 言ったことをきちんとやる
10. まじめで細かい

この10項目は個人的な体験によるもので、日本に対して人それぞれ異なった見方があるだろう。中には批判されるものもあるかもしれないが、これらはいずれも日本の社会の中にあるものだ。1年や2年で形作られたものではなく、文化の伝承、教育があつてこそ。

このような社会を好きにならないのは、本当に難しい。

### ポータルサイト「百度（バイドゥ）」があらためて日本や日本人の長所を列挙

- ① 在日中国人が数多い理由として、日本人の気質や自然・カルチャーなどを評価。
- ② 1年や2年で形作られたものではなく文化の伝承・教育があつてこそ、とまとめ。

URL <https://www.travelvoice.jp/20210101-147851>



観光庁長官の蒲生氏が2021年を迎えるにあたって年頭所感を発表し、感染拡大防止と観光需要回復のための政策プランを紹介した。

2030年6000万人の目標に向けてインバウンド回復への備えを進める。

- (1) 感染拡大防止策の徹底とGoToトラベル事業の延長等
- (2) 国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生
- (3) 国内外の観光客を惹きつけるコンテンツ造成

(4) 観光地等の受入環境整備（多言語化、Wi-Fi整備等）

…インバウンド回復までの期間を活用し、観光地等における受入環境整備を最先端技術も活用して一挙に進め、ストレスフリーで快適な旅行環境を実現します。具体的には、観光地や国立公園、文化財、公共交通機関等における多言語対応、無料Wi-Fiの整備等を進めるとともに、観光地等におけるバリアフリー化も促進してまいります。

(5) 国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活

…インバウンドについては、国内外の感染状況等を見極めつつ、段階的回復に向けた取組を進める必要があります。具体的には、感染状況が落ち着いている国・地域から、主催者がビジネスラックに準じた防疫措置を徹底して管理された小規模分散型パッケージツアーを試行的に実施してまいります。また、安全・安心への取組に関する情報や地域の魅力の発信を通じて今後の訪日意欲の喚起を図るとともに、対面とオンラインを組合わせたハイブリッド型MICE開催推進等にも取り組めます。

**観光庁長官が年頭所感の中で「インバウンド回復」への意欲を示す**

- ① 2030年6000万人の目標に向けてインバウンド回復への備えを進める。
- ② 「受入環境整備」と「感染状況を見極めインバウンドの段階的復活」を発信。

## 【市況】 ニュース

### 《2021新春インタビュー》 清野 智・日本政府観光局理事長

— 1/2 ・ 観光経済新聞 —



インバウンドの本格的な再開までにはもう少し時間がかかりそうなので、今のうちに今後の対応を考え、しっかり準備する必要がある。

当面、3密対策など感染症対策を講じた旅行を考えないといけない。

これまでも感染症対策とは別に、持続可能な観光という観点から、混雑や集中への対策の必要性が指摘されてきた。

地域や時期などの分散化、平準化はさらに重要な課題になったといえる。

訪日外国人旅行者をゴールデンルートから地方へ分散させる施策をさらに強化する必要がある。

テーマの一つは地方の自然で、国立公園だけでなく、スキー、ラフティング、ダイビング、サイクリングなど、全国に魅力的なアクティビティがある。

2021年9月には北海道でアドベンチャートラベル・ワールドサミットがあるが、これは自然や異文化を体験するアドベンチャーツーリズムの世界最大のイベントでアジアでは初開催。

世界の旅行者に日本の自然を知ってもらおう好機で、我々も観光素材を再発見する機会にしたい。

コロナ禍で現場は極めて厳しい状況とは思いますが、観光業は日本経済、地域経済を支える大きな柱になっており、この柱をさらに太くするにはあらゆる『連携』が鍵だ。

観光産業は裾野が広いし、外国人旅行者には自治体の境などはない。

観光の重要性を幅広い方々に理解してもらいながら、地域と地域、官と民、民と民などの連携を強化し、コロナ禍を乗り越えて前に進んでほしい

#### 清野 理事長、訪日再開へ「分散化」の課題と「地方の自然」の発信強化に触れる

- ① 訪日旅行における地域や時期などの分散化、平準化はさらに重要な課題。
- ② 地方の自然の魅力を発信強化することが必要。
- ③ 観光業は経済を支える柱ということを理解し、あらゆる連携を進めることが重要。

## 【市況】 ニュース

《年頭メッセージ》 Trip.comグループ日本代表 蘇俊達氏 — 1/6 ・ トラベルビジョン —

URL <http://www.travelvision.jp/news-jpn/detail.php?id=89960>



昨年は、新型コロナの感染拡大への対応を的確に進められた一方で、デジタルトランスフォーメーション（DX）への新しい取り組みを成功させることができた。

ジェームス・リャン会長が自らKOLとなって、観光需要再興のために、デジタルを活用した新しいマーケティングスタイルを切り拓いた。

ライブコマースの取組みを中国で成功させ、さらにグローバルでも展開し、日本では7月から旅行ユーチューバーを起用したライブコマースを日本国内向けに実施したほか、10月には中国向けに日本の地方自治体とコラボしたライブコマースを山梨県、横浜市と実施して好評を得た。

今年は、ビジネス目的での渡航制限の解除、また7月の東京オリンピック・パラリンピック大会開催に向けた人の移動や観光の再開が徐々に始まることが予想され、インバウンドの渡航も戻ってくるであろう。

旅行事業の再開においては「Local Focus, Global Vision」の方針で、マーケティングとコンテンツ生成による価値の提供を進めていく。

Trip.comグループのプラットフォームは、革新的なマーケティングとコンテンツ生成を活用して、ユーザーとパートナーにより大きな機会と価値を提供することで、我々の事業を拡大していく方針だ。

### Trip.comグループ、2021年の方針は「Local Focus, Global Vision」

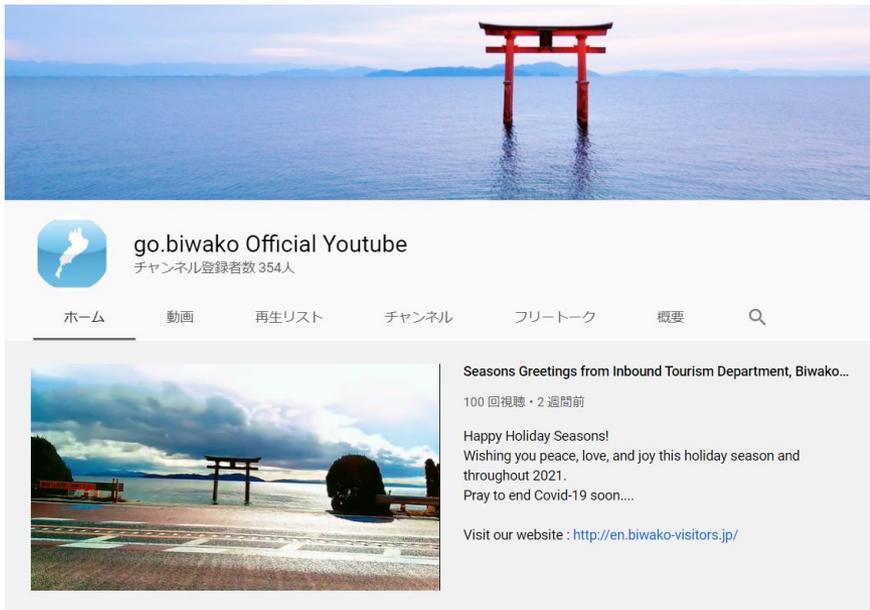
- ① コロナ禍では国内外向けに行った「ライブコマース」が好評を得た。
- ② 2021年は旅行事業再開にともない「Local Focus, Global Vision」の方針を推進。

## 【市況】 ニュース

### すべて職員の手作り 滋賀・びわ湖 海外向け Vlog の投稿を開始

— 1/7・びわこビジターズビューロー —

URL [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/member\\_news/m20210107.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/member_news/m20210107.pdf)



びわこビジターズビューローでは、感染症の影響により外国人観光客数が激減したことを受け、訪日できない状況であっても滋賀・びわ湖の魅力を外国人に知ってもらい、訪日可能時に旅先として本県が選ばれるようにすることを目的に、YouTubeにおいて「海外誘客部 Vlog」の投稿を開始した。

この Vlog の発信は英語で行っており、出演、撮影、編集までを海外誘客部の職員が手作りでやっている。

今後も職員ならではの視点で、当ビューローの会員施設を中心に撮影を行い、将来の訪日回復期に向け、今後も継続して滋賀・びわ湖の魅力を Vlog で紹介していく。

※Vlog とは Video Blog の略で「動画版のブログ」といえるコンテンツ。

### 出演、撮影、編集までを職員が手作りで！滋賀・びわ湖 海外向け Vlog の投稿開始

- ① 訪日が可能となった時に旅先として選ばれるようにすることを目的として発信。
- ② 職員が手作りですることで思いを表現でき、またコストダウンで継続も可能に。

## 【市況】 ニュース

### 中国ショッピングサイトでウルトラマンの検索が2億回超

— 1/7・人民網日本語版—

URL <http://j.people.com.cn/n3/2021/0107/c206603-9806846.html>



「ウルトラマンを52個集めると、2021年は毎週、ウルトラマンが守ってくれる」、これは最近、中国の微信（WeChat）で人気となっている新年の挨拶ネタだ。

そんな「ウルトラマン」が今回、ショッピングサイト・淘宝の2020年度人気検索ワードランキングトップ10にランクインし、なんとその検索回数は2億回以上となっている。

1966年に初放送された「ウルトラマン」はもうすぐ55歳の誕生日を迎えるが、最近、金属のような光沢のあるカラー、レオタード、ケープなどのファッションの代名詞になっている。

「紛れもないファッションリーダー」とも呼ばれている。

ショッピングサイト・天猫が発表した「最も人気の2次元関連商品」ランキングを見ると、若者の人気は、ウルトラマン、アイアンマン、ONE PIECE、NARUTO -ナルト-、魔道祖師などだ。

業界関係者は、「Z世代（1995年代後半から2009年生まれ）の消費力が台頭しているという。

名作には元々多くの人が深い思いを寄せ、文化的価値があり、人々の感情とリンクするという特徴があるのだが、それをいかに活用して、新たなつながり、コミュニケーションを作り出すかが、多くのブランドが考え学ぶべき点だ」と指摘している。

### 中国ネットユーザーから「ファッションリーダー」と称されるウルトラマン

- ① 光沢のあるカラー、レオタード、ケープなどのファッションの代名詞に。
- ② 爆発的人気は、Z世代（1995年代後半から2009年生まれ）の消費力が影響。

## 【市況】 ニュース

### 大好きな沖縄「空から見るだけ～」元日フライトで旅行気分 — 1/7・沖縄タイムス—

URL <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/689047>



台湾に住む沖縄ファンが情報交換するフェイスブックユーザーのグループサイトを運営する、台湾の旅行代理店「彭大（ポンダー）家族旅行社」は1日、中華航空機で沖縄周辺を周遊する「元日チャーターフライト」を実施した。

那覇空港に着陸せず本島の上空から宮古島を經由して台湾桃園空港に戻った。

乗客148人が参加し、約1時間半のフライト中は機内で首里城と周辺を紹介する動画を楽しんだ。

福袋として沖縄のガイドブックやレンタカーの無料チケットなどが配られた。参加者からは「このような素晴らしいイベントを主催してくれて感謝したい。とても思い出深い日になった」との声が寄せられたという。

機内の動画配信やツアー参加者を募るバナー広告などの費用の半額は、沖縄観光コンベンションビューローが助成、「将来的な海外交流再開時のインバウンド客誘致に向け、需要喚起策を展開していく」とコメントした。

#### 台湾の沖縄ファンが、沖縄上空で90分の疑似ツーリズムを堪能！

- ① 台湾の旅行代理店が沖縄周辺を周遊する「元日チャーターフライト」を実施。
- ② 旅行再開時に役立つ福袋も含め、参加者からは高い評価の声が寄せられた。

## 【市況】 ニュース

# 観光メディア経由で訪日旅行者を可視化する訪日検証メディアプロモーションの提供開始

URL <https://www.agara.co.jp/article/98237>

— 1/10・紀伊民報 —



(訪日検証メディアプロモーション実施フロー)



(訪日検証メディアプロモーション概要説明)

Vpon JAPAN株式会社は、ラーチーゴーやMATCHAなどの日本観光メディアを閲覧したユーザーが数ヶ月後、実際日本のどの地域に訪問するかの検証プロモーションを開始した。

海外旅行ができない中で各地域の理解促進を継続しながら、今後日本に訪問した際の効果検証が一通貫で可能となる。

### 【背景】

2021年の夏に控える世界規模のスポーツ大会が近づいて、先を見据えたスケジュール感が必要となってきた。

そのため、ニューノーマル時代の新たな旅行者ニーズや興味関心の把握とともに日本が今後の旅行の選択肢から外れることのないよう認知訴求が必要と考えられている。

### 【訪日検証メディアプロモーションとは】

ラーチーゴー、MATCHA、トラベルバー、LIKE JAPANなどの台湾、香港で著名なメディアが制作する記事によって、今後の見込み旅行者に各観光地のプロモーションになる。

日本に訪問する時期がきた際にそのページを見た人がどの地域を訪問しているかをマップ上に可視化することができるため、プロモーションだけでなく効果検証まで可能となる。

## 「訪日前に情報を収集したツーリスト→訪日後の訪問エリア」が可視化！

- ① 今まで明確でなかった「訪日前の閲覧内容と実際の訪問地」の因果関係が明確に。
- ② 「発信の内容とタイミング」と「実際の訪問」などの関係性の理解が進む。

## 【市況】 ニュース

### デジタル化で観光都市に「日本地域国際化推進機構」が発足 — 1/18・トラベルボイス—

URL <https://www.travelvoice.jp/20210118-147957>



ORIGINAL  
伏谷氏



日本電気  
受川氏

#### NEXTOURISM

#### ニューノーマル、新しい観光

観光を通じて地域の国際化を推進し、各種団体及び行政等との交流・連携を図りながら、地域の魅力と価値を高めるための様々な事業、活動、情報発信及び提言等を行い、それらをもって地域経済及び地域社会の活性化並びに安全性を含めた地域の生活環境基盤の向上に貢献することを目的とする。

「タイムアウト東京」を運営するORIGINAL社と日本電気は、1月15日に一般社団法人日本地域国際化振興機構を設立した。

観光市場は新型コロナウイルスで打撃を受けたが、経済発展の重要な柱として、また、持続可能な未来の実現のために復興は不可欠。2020年には「文化観光推進法」が施行され、文化観光の振興と地域活性化の好循環を生む取り組みも求められている。

両社は、コロナ禍の先を見据えて新たな観光団体を発足、DXによる環境整備によって安心安全と利便性を追求した観光を提案し、世界水準の国際文化観光都市の実現を目指す。

まず三重県伊勢市と連携、受入環境・基盤整備や地域資源発掘・磨き上げを行い、市民の生活環境の向上に繋げる実証実験を行う。

具体的には、キャッシュレスの非接触決済導入や、交通アクセスの利便性向上、情報発信強化、多言語対応の環境づくりも取り組む。

両社は、旅行者の安全安心はもちろん、旅先の体験が日常生活に刺激と変化を与えるような地域づくりが、その地域住民にとっての付加価値や生活満足度の向上に繋がるべきと考えている。

今後は、伊勢市のみならず、他地域での展開も視野に入れている。

#### コロナ禍の先を見据えた新時代の観光の準備が着々と！

- ① DXによる環境整備によって、世界水準の国際文化観光都市の実現を目指す。
- ② 三重県伊勢市と連携からスタート、その後の他地域での展開も視野。