



UNIQUE
USP Japan

2020年11月19日 発行 11月次版
訪日市場レポート

2020.10 USPジャパン インバウンドレポート 目次

【市況（実績・データ）】

月次実績

- ・ 10月 訪日外客数 日本政府観光局（JNTO）・訪日外客統計
- ・ 10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
- ・ 8・9月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・宿泊旅行統計調査
- ・ 10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

- ・ 9月 主要旅行業者の旅行取扱状況速報 観光庁
- ・ オウンドメディアを活用した地域観光情報の海外発信を開始 JNTO

トピックス

- ・ 「インバウンド需要拡大推進事業」追加募集 観光庁

ニュース

- ・ インバウンド購買意欲指数の結果について 三菱UFJリサーチ&コンサルティング
- ・ 東京五輪 外国人観客2週間待機を免除 コロナ対策来春決定 時事通信
- ・ インバウンド旅行客受入再開にむけた意識調査 トラベルニュース
- ・ ニューノーマル時代のツーリズム、官民が今できることーツーリズムEXPO
トラベルビジョン
- ・ 訪日観光客消費者ホットラインに寄せられた新型コロナウイルス関連の相談まとめ
国民生活センター
- ・ 東急百貨店が日本の百貨店として初めてeBayに出店 時事通信
- ・ JALなどが“シンガポール旅行気分”が満喫できる成田発着周遊ツアーを実施
時事通信

特集

- ・ 中国の生活と日本製品に関するインサイト①～④ 株式会社プラネット

【市況（実績・データ）】 月次

10月 訪日外客数 日本政府観光局（JNTO）・訪日外客統計 —11/18・JNTO発表—

URL： https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/201118_monthly.pdf

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2019年 10月	2020年 10月	伸率(%)	2019年 1月～10月	2020年 1月～10月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,496,568	27,400	-98.9	26,914,388	4,000,500	-85.1
韓国	South Korea	197,281	2,000	-99.0	5,131,596	482,300	-90.6
中国	China	730,631	4,500	-99.4	8,133,209	1,032,800	-87.3
台湾	Taiwan	413,701	1,300	-99.7	4,150,231	692,400	-83.3
香港	Hong Kong	180,562	200	-99.9	1,841,448	345,300	-81.2
タイ	Thailand	145,333	1,400	-99.0	1,013,776	218,100	-78.5
シンガポール	Singapore	41,937	100	-99.8	326,581	55,000	-83.2
マレーシア	Malaysia	48,864	600	-98.8	358,355	75,800	-78.8
インドネシア	Indonesia	34,094	700	-97.9	316,363	71,000	-77.6
フィリピン	Philippines	64,690	400	-99.4	466,809	105,000	-77.5
ベトナム	Vietnam	46,510	6,200	-86.7	422,553	122,200	-71.1
インド	India	13,929	700	-95.0	149,294	24,300	-83.7
豪州	Australia	51,563	200	-99.6	500,791	143,100	-71.4
米国	U.S.A.	153,363	900	-99.4	1,430,370	216,800	-84.8
カナダ	Canada	37,667	100	-99.7	306,814	53,000	-82.7
メキシコ	Mexico	7,385	30	-99.6	58,752	9,420	-84.0
英国	United Kingdom	68,401	300	-99.6	358,820	50,400	-86.0
フランス	France	39,457	400	-99.0	291,782	42,100	-85.6
ドイツ	Germany	26,276	300	-98.9	203,380	29,200	-85.6
イタリア	Italy	14,731	100	-99.3	139,223	13,400	-90.4
ロシア	Russia	14,348	300	-97.9	98,068	21,200	-78.4
スペイン	Spain	13,739	100	-99.3	112,413	11,500	-89.8
中東地域	Middle East	11,955	200	-98.3	79,770	7,600	-90.5
その他	Others	140,151	6,370	-95.5	1,023,990	178,580	-82.6

出典：日本政府観光局(JNTO)

10月の訪日外客数は、27,400人（前年同月比98.9%減）となり、13か月連続で前年同月を下回ったものの、実数としては7か月ぶりに2万人を超えた。

ビジットジャパン重点22市場の多くで訪日外客数が7か月連続、対前年同月比で99%を超える減少となっている。しかし、一部の国と日本の中で「ビジネストラック」や「レジデンストラック」の運用が開始され、さらに、10月1日以降は、一定条件下のビジネス等に限り、許可数は限定的ながら、全ての国・地域からの新規入国が可能となったことにより、実数は徐々に増加している。

訪日外客数は前年同月比 マイナス**98.9%**、**13**か月連続で前年同月を下回る

○ 7か月ぶりに訪日外客数が2万人を超える

○ 10月1日以降、一定条件下のビジネス等に限り全ての国・地域からの新規入国が可能

【市況（実績・データ）】月次

10月 地域別訪日市場概況 日本政府観光局(JNTO) 訪日外客統計 —11/18・JNTO発表—

URL : https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/201118_monthly.pdf

国・地域	Country/Area	総数 Total		
		2019年 10月	2020年 10月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,496,568	27,400	-98.9
韓国	South Korea	197,281	2,000	-99.0
中国	China	730,631	4,500	-99.4
台湾	Taiwan	413,701	1,300	-99.7
香港	Hong Kong	180,562	200	-99.9
タイ	Thailand	145,333	1,400	-99.0
シンガポール	Singapore	41,937	100	-99.8
マレーシア	Malaysia	48,864	600	-98.8
インドネシア	Indonesia	34,094	700	-97.9
フィリピン	Philippines	64,690	400	-99.4
ベトナム	Vietnam	46,510	6,200	-86.7
インド	India	13,929	700	-95.0
豪州	Australia	51,563	200	-99.6
米国	U.S.A.	153,363	900	-99.4
カナダ	Canada	37,667	100	-99.7
メキシコ	Mexico	7,385	30	-99.6
英国	United Kingdom	68,401	300	-99.6
フランス	France	39,457	400	-99.0
ドイツ	Germany	26,276	300	-98.9
イタリア	Italy	14,731	100	-99.3
ロシア	Russia	14,348	300	-97.9
スペイン	Spain	13,739	100	-99.3
中東地域	Middle East	11,955	200	-98.3
その他	Others	140,151	6,370	-95.5

出典：日本政府観光局(JNTO)

中国は、前年同月比99.4%減の4,500人であった。4月21日以降、中国政府外交部より海外旅行自粛の指示が出されており、観光客の渡航は実質的に不可能な状況が続いている。日本への直行便は、10月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

韓国は、前年同月比99.0%減の2,000人であった。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」の受付を開始した。

ベトナムは、前年同月比86.7%減の6,200人であった。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」が運用されている。なお、11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離等、査証の効力停止等の対象である。

アジア圏の各国が「レジデンス・ビジネストラック」を開始するも受入れは慎重

- アジア圏・数か国に対する、日本政府による上陸拒否が解除される
- 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

8・9月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・宿泊旅行統計調査 — 10/30・観光庁発表 —

URL : <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001369932.pdf>

延べ宿泊者

(万人泊)

	全体	日本人	外国人
R2.8	2,615	2,593	22
(前年同月比)	-58.6%	-51.8%	-97.7%
R2.9 (※)	2,555	2,534	21
(前年同月比)	-47.6%	-37.4%	-97.4%

※令和2年9月の数値は第1次速報値であり、令和2年11月30日公表予定の第2次速報値で変更となる点にご留意いただきたい。

都道府県別外国人宿泊者数 (8月)

(単位:人泊)

施設所在地	延べ宿泊者数	前年同月比
全国	218,980	-97.7%
北海道	5,370	-99.2%
青森県	1,090	-96.4%
岩手県	670	-97.2%
宮城県	1,940	-95.8%
秋田県	390	-96.6%
山形県	940	-90.1%
福島県	2,650	-79.2%
茨城県	1,190	-92.4%
栃木県	1,390	-93.0%
群馬県	710	-95.2%
埼玉県	1,010	-93.7%
千葉県	38,540	-90.6%
東京都	42,340	-98.2%
神奈川県	15,550	-94.7%
新潟県	2,940	-83.9%
富山県	790	-96.7%
石川県	2,800	-95.9%
福井県	1,000	-83.9%
山梨県	370	-99.8%
長野県	2,300	-97.0%
岐阜県	860	-99.3%
静岡県	5,950	-97.6%
静岡県	5,950	-97.6%
愛知県	5,720	-98.2%
三重県	8,590	-75.6%
滋賀県	1,190	-95.5%
京都府	6,020	-99.4%
大阪府	17,640	-98.8%
兵庫県	3,990	-96.0%
奈良県	910	-98.3%
和歌山県	1,270	-97.4%
鳥取県	900	-93.0%
島根県	500	-92.6%
岡山県	980	-97.7%
広島県	3,810	-96.4%
山口県	910	-85.9%
徳島県	240	-98.1%
香川県	1,650	-97.7%
愛媛県	2,530	-85.2%
高知県	700	-92.3%
福岡県	4,630	-98.5%
佐賀県	300	-98.7%
長崎県	2,340	-95.4%
熊本県	2,000	-97.1%
大分県	930	-98.7%
宮崎県	670	-96.7%
鹿児島県	1,170	-97.9%
沖縄県	18,590	-97.6%

市場別宿泊者数8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	33,700	19.5%	-93.1%
第2位	フィリピン	18,100	10.5%	-64.2%
第3位	中国	15,260	8.8%	-99.5%
第4位	ベトナム	7,140	4.1%	-86.4%
第5位	韓国	4,890	2.8%	-99.1%
第6位	インドネシア	4,470	2.6%	-89.4%
第7位	タイ	3,960	2.3%	-96.9%
第8位	英国	3,890	2.3%	-96.7%
第9位	インド	3,690	2.1%	-89.8%
第10位	フランス	2,980	1.7%	-98.3%
第11位	台湾	2,620	1.5%	-99.8%
第12位	ドイツ	2,360	1.4%	-97.2%
第13位	カナダ	2,160	1.3%	-97.3%
第14位	香港	1,700	1.0%	-99.7%
第15位	マレーシア	1,250	0.7%	-97.3%
第16位	ロシア	1,170	0.7%	-96.5%
第17位	シンガポール	1,130	0.7%	-98.8%
第18位	オーストラリア	1,100	0.6%	-99.0%
第19位	イタリア	690	0.4%	-99.6%
第20位	スペイン	490	0.3%	-99.7%
	その他	46,100	26.7%	-93.9%
	合計	172,560	100.0%	-97.9%

外国人宿泊者、9月は前年比 97.4%減少

- ① (9月) 日本全国で21万人泊、 97%マイナス。
- ② (9月) 市場別では、1位アメリカ、2位フィリピン。

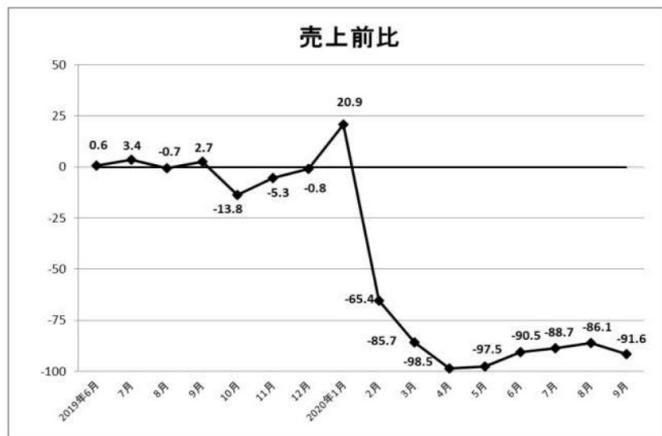
【市況（実績・データ）】 月次

9月 全国百貨店売上高・来店動向

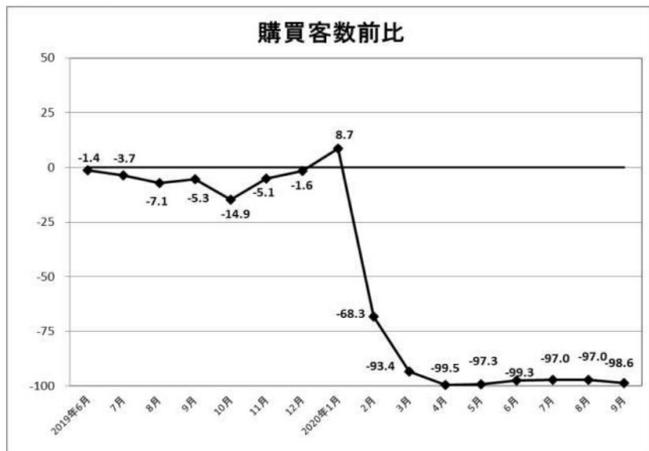
— 10/22・日本百貨店協会発表 —

URL : https://www.depart.or.jp/press_release_other/cat/

免税売上前年比 (%)



購買客数前年比 (%)



	実額【実数(※)】	前年同月比
① 免税総売上高	約21億2千万円	-91.6%
② 一般物品売上高	約13億3千万円	-89.3%
③ 消耗品売上高(化粧品、食料品等)	約7億9千万円	-93.8%
④ 購買客数	約5千人(※)	-98.6%
⑤ 一人あたりの購買単価	約386,000円	487.2%

出典：百貨店協会 2020年9月の免税売上高・来店動向【速報】

9月は入国規制の継続により免税売上高は約21.2億円（前年比91.6%減）、購買客数は約5千人（同98.6%減）と、ともに8か月連続でマイナスとなった。免税売上高は先月より5.5ポイント減となり、減少傾向が続いている。

売上高・購買客数ともに8か月連続でマイナス

- ①人気のあった商品は、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免税手続きの国別は、1位：中国本土、2位：台湾、3位：マレーシア

【市況】 報道発表

主要旅行業者の旅行取扱状況速報（令和2年9月分）

— 11/13・観光庁 —

URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001372103.pdf>

1. 総取扱額

区 分	取扱額（千円）	前年同月取扱額（千円）	前年同月比（％）
海外旅行	3,050,703	176,680,553	1.7
外国人旅行（*2）	507,026	22,292,984	2.3
国内旅行	88,386,119	237,778,712	37.2
合 計	91,943,848	436,752,249	21.1

*2 日本の旅行会社によるインバウンド向けの旅行取扱いを指します。

2. 旅行商品ブランド（募集型企画旅行）の取扱状況

区 分	取 扱 額			取 扱 人 数		
	取扱額（千円）	前年同月 取扱額（千円）	前年 同月比 （％）	取扱人数 （人）	前年同月 取扱人数 （人）	前年 同月比 （％）
海外旅行	0	19,219,709	—	0	153,093	—
外国人旅行	0	373,959	—	0	34,700	—
国内旅行	30,501,338	81,064,684	37.6	995,621	2,584,312	38.5
合 計	30,501,338	100,658,352	30.3	995,621	2,772,105	35.9

新型コロナウイルスの感染拡大による旅行の延期や中止の影響等により、総取扱額は海外旅行、外国人旅行、国内旅行各部門で前年同月と比べ大幅に減少した。なお、国内旅行については、Go To トラベル事業の効果もあり、前年同月比（*1）で回復傾向が見られる。（*1 前年同月比 6月：12.1%、7月：21.6%、8月：23.7%、9月：37.2%）

【海外旅行】

総取扱額は対前年同月比 1.7%

【外国人旅行】

総取扱額は対前年同月比 2.3%

【国内旅行】

総取扱額は対前年同月比 37.2%

Go To キャンペーンの効果があり前月よりも、国内旅行は一定の回復が見られた

- ① **【海外旅行】** 総取扱額は対前年同月比 1.7%
- ② **【外国人旅行】** 総取扱額は対前年同月比 2.3%
- ③ **【国内旅行】** 総取扱額は対前年同月比 37.2%

【市況】 報道発表

オウンドメディアを活用した地域観光情報の海外発信を開始

— 11/17・JNTO —

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20201117.pdf



公式 Twitter アカウント

「Japan's Local Treasures」ページ

日本政府観光局（JNTO）は、自治体・DMO が制作した記事や動画を募集し、海外への発信力を持つ JNTO のオウンドメディアにおいて一元的に情報発信する事業を、今年度新たに開始しました。

新規開設した専用の公式 Twitter アカウント

「Japan's Local Treasures」ほか、記事情報は JNTO のグローバルウェブサイト、動画情報は YouTube を活用し拡散を図ります。

本事業の実施により、コロナ禍で海外における訪日誘客プロモーションの実施が難しい現況の中、日本各地の観光情報を訪日旅行に関心のあるより多くの方々に届けることが可能となります。加えて、JNTO メディアでの発信をきっかけとして、自治体・DMO が有するオウンドメディアへの導線を強化すること、将来的には JNTO のオウンドメディア上で集積しデータを地域に還元し、地域独自のプロモーションの一助となることを目指しています

～地域が作成したイチオシ情報を JNTO が一元的に海外へ発信～

- ① 地域が持つイチオシの観光情報や施設および体験型コンテンツ情報を募集
- ② 今年度は 300 件程度の記事掲載、動画については 100 件程度の発信を予定
- ③ 記事情報は JNTO のグローバルウェブサイト、動画情報は YouTube を活用

URL https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2020/201104inbound_02.html

インバウンド需要拡大推進事業
令和元年度補正予算案額 5.0億円

事業の概要

- 訪日外国人客は増加しており、昨年3千万人を超え、消費額は4.5兆円に達しています。地域活性化を進めるためには、観光消費を更に拡大していく必要があり、外国人目線で魅力ある商品・サービスの提供の推進を進める必要があります。
- このため、商品・サービスをまとめて提供する事業者と、外国人目線で商品・サービスづくりができる国外関係者との連携（マッチング）を支援するとともに、事業者に対するアドバイス・商品上げ・プロモーション等を支援します。
- また、地域の中小企業・サービス業のグループ等が、様々な企業と連携して、新たな商品・サービスを開発・導入する取組等を支援することにより、地域での訪日外国人消費額の増加、中小企業・サービス業の生産性の向上に繋がります。

成果目標

- 地域における訪日外国人消費額の増加を通じて、訪日外国人消費額の政府目標達成に寄与することを目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

① 補助（定額） 民間事業者等
② 補助（2/3以内） サービス事業者等
③ 補助（2/3以内） 中小企業・サービス業のグループ等

事業イメージ

- 外国人専門家との共創によるインバウンド需要拡大事業
- 顧客のライフスタイル・趣向・市場動向に沿った形でインバウンド需要開拓を行うため、国外関係者（バイヤー、デザイナー、メディア・インフルエンサー等）を招請し、国内の事業者（小売、DMC・DMO、地域商社等）と上記の国外関係者が連携して、国内事業者の扱う商品・サービスに対して、PR・プロモーション手法の組み立て、魅力的な展示を含めた各種アドバイスの提供、商品上げ、商展機展等を実施。
- また、支援事業者間でのベストプラクティスの共有、国内外のネットワークの構築など、事業者単独では難しい側面支援を実施。

海外パートナー 提携・共創 国内チーム

「地域消費拡大推進事業」

インバウンド需要による地域消費拡大推進事業

- 地域の中小企業・サービス業等において、外国人観光客のニーズに対応した商品やサービスの多言語化等や、店舗データ分析を用いた経営の高度化による効果的な商品・サービスの提供等の推進により、地域における訪日外国人消費の拡大に寄与する取組を支援。

カメラによる入店率・購買率分析 店舗接客の多言語対応

【事業概要】

訪日外国人観光客は昨年3千万人を越え消費額は4.5兆円。地域活性化を進めるためには、観光消費を更に拡大していく必要があり、外国人目線で魅力ある商品・サービスづくりや環境づくりの推進が必要。

本事業では、地域の中小小売業・サービス業のグループ等が、様々な企業と連携して、新たな商品・サービスを開発・導入する取組等を支援することにより、地域での訪日外国人消費額の拡大、中小小売業・サービス業の生産性の向上に繋げる。

【補助対象事業】

中小小売業・サービス業のグループ等が、民間事業者と連携して行う、訪日外国人観光客のニーズに対応した商品・サービスの多言語化等や、店舗データ分析を用いた経営の高度化による効果的な商品・サービスの提供等の推進により、地域における訪日外国人消費の拡大に寄与する事業を支援。

【補助対象事業者】

中小小売業・サービス業のグループ等。

1. インバウンド需要拡大推進事業（地域消費拡大推進事業）の概要

- ① 中小小売業・サービス業のグループ等が、
- ② 民間事業者（インバウンドベンチャー等）と連携して行う、
- ③ 外国人観光客のニーズに対応した商品・サービスの多言語化等や、店舗データ分析を用いた経営の高度化による効果的な商品・サービスの提供等の推進により、
- ④ 地域における訪日外国人消費の拡大に寄与する事業を支援。

（スキーム図）

所轄の地方経済産業局
※申請時には、内閣府申請総合事務局、以下C
補助（2/3以内）

中小企業・サービス業のグループ等 × デジタル技術の活用等（インバウンドベンチャー等）

- ✓ 外国人観光客のニーズに対応した商品・サービスの多言語化など
- ✓ 店舗データ分析を用いた経営の高度化

条件
補助率：補助対象経費の2/3以内
補助上限額：3,000万円
補助下限額：200万円

<取組イメージ>

(例) 商品情報の多言語伝達アプリ（(株)Payke）
商品の多言語紹介アプリへの対応 店舗接客の多言語対応

(例) 中小企業へのデータマーケティング導入（(株)EBILAB）
カメラによる入店率・購買率分析 カメラデータから自動で来店客数等を予測

中小企業庁が「訪日外国人消費の拡大に寄与する取組を支援する事業」追加募集

- ① 多言語化など地域における訪日外国人消費の拡大に寄与する事業を支援。
- ② 補助対象事業者は、中小小売業・サービス業のグループ等。

【市況】レポート

インバウンド購買意欲指数の結果についてー 11/10・三菱UFJリサーチ&コンサルティングー

URL https://www.murc.jp/publicity/news/news_201110/

<月次系列>

		現状水準DI	現状判断DI	先行き判断DI	平均回答者数
2019年	10月(参考値)	59	51	64	200
	11月(参考値)	58	54	61	198
	12月(参考値)	63	60	63	190
2020年	1月	60	56	57	208
	2月	28	22	36	213
	3月	15	15	24	139
	4月	13	19	31	50
	5月(参考値)	32	39	47	21
	6月(参考値)	25	32	32	34
	7月(参考値)	25	29	37	34
	8月(参考値)	37	37	44	21
	9月(参考値)	42	46	48	20



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社と株式会社インジェスターは、全国の小売店を訪れる訪日外国人観光客の購買意欲について測定する指数「インバウンド購買意欲指数」の直近数値をまとめた。

インバウンド購買意欲指数とは、訪日外国人観光客によって生じる購買の動向を把握し、関係分野における経営判断、景気判断等の参考資料とすることを目的として開発された指数。

訪日外国人観光客による購買意欲の動向を敏感に察知できるよう、店頭で訪日外国人の接客を担当する者を調査客体としており、この指数では50より大きいほど「購買意欲が強い」、小さいほど「購買意欲が弱い」と判断されていることになる。

直近の数値に基づいた判断は「制限措置の一部緩和で指数改善、さらなる緩和に期待膨らむ」とされている。
※表内の「参考値」は、直近5ヶ月は回答者数が50に達していないため、また2019年は試験導入期間であったことから表記している。

インバウンド購買意欲指数は改善傾向に！

○ 訪日外国人観光客による購買意欲は、現状・先行きともに改善傾向にある。

【市況】 ニュース

東京五輪 外国人観客2週間待機を免除 コロナ対策来春決定

— 11/12・時事通信 —

URL <https://www.jiji.com/jc/article?k=2020111200150&g=pol>



来年夏の東京五輪・パラリンピック開催に向け、政府と東京都、大会組織委員会は12日、首相官邸で「新型コロナウイルス感染症対策調整会議」を開いた。

海外からの外国人観客を受け入れる場合、一定条件を満たせば入国後2週間の待機を免除する方策を検討。

来春までに最終決定する。

政府側は会合で、海外からの外国人観客に2週間の待機を求めれば、大会の観戦が事実上、困難になると指摘。

待機免除に向けて出国前の検査や滞在中の行動・健康管理などを条件にすることを検討する。

健康状態をチェックするアプリ活用も視野に調整していく。

観客数に上限を設けるかどうかは来春に判断する方針。

大規模イベントについては現在、参加人数の上限を収容定員の50%まで緩和する措置を設けている。

来年のコロナ感染の状況は見通せず、上限を設定する場合は開催間際の国内規制を準用する考えだ。



東京オリパラ開催に向け、首相官邸で「新型コロナウイルス感染症対策調整会議」

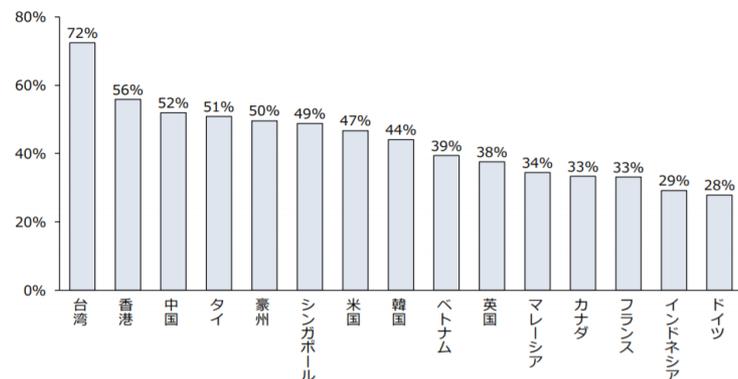
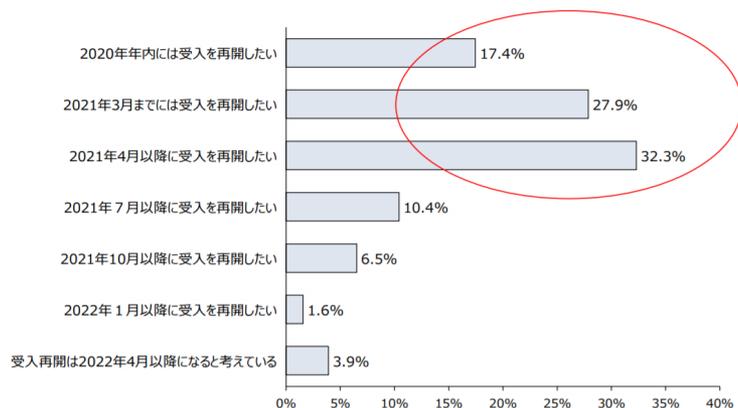
- ① 政府側の「外国人観客2週間待機免除」提言を受け条件付き免除を検討。
- ② 観客数の上限を設定する場合は開催間際の国内規制を準用する考え。

【市況】 ニュース

インバウンド旅行客受入再開にむけた意識調査

— 11/6・トラベルニュース —

URL <https://www.travelnews.co.jp/news/tourist/2020111616304217577.html>



日本旅行業協会と日本観光振興協会は「インバウンド旅行客受入れ再開に向けた意識調査」を発表した。

10月に宿泊施設、輸送機関、観光施設などを対象にオンラインアンケートなどで行った。

回答者は460人、宿泊、輸送、観光施設など。

インバウンド受入れ再開について重要な対策については7割以上の方が「ワクチンや予防接種の開発」「国として訪日客を受け入れる指針が明確であること」を重要視している。

こうした重要事項が解決された場合は9割を超える事業者が受入れを再開したいと回答。

受入れ再開の時期は「2021年4月以降」が3割強で最も多く「2021年3月までに」が続いた。

また、受け入れ対象国については台湾、香港、中国、タイ、豪州の順に多かった。

感染者数が少なく近距離の国・地域を想定する声が多かった。

観光関連事業者対象の「インバウンド旅行客受入れ再開に向けた意識調査」を発表

- ① 受入れ再開の時期は「2021年4月以降」が3割強、「2021年3月までに」が続いた。
- ② 受入れ対象国は台湾、香港、中国、タイ、豪州の順に多かった。

【市況】 ニュース

ニューノーマル時代のツーリズム、官民が今できることーツーリズムEXPO

ー 11/11・トラベルビジョンー

URL <http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=89529&pg=3>

日付	天気	展示棟・多目的運動場	劇場棟 開会式 (フォーラム他)	会議棟 その他	劇場棟 (映画上映会)	多目的広場 (死子の島々)	計
10月29日(木)	晴	1,493	622	82	****	****	2,197
10月30日(金)	晴	1,853	****	585	****	****	2,438
10月31日(土)	晴	8,305	****	266	****	523	9,094
11月1日(日)	晴	9,689	****	245	511	****	10,445
4日間合計							24,174

※来場者数には同時開催イベント (RisorTech Okinawa、島ぜんぶでお〜きな映画上映会、死子の島々) を含みます。

10月29日から11月2日まで開催された「ツーリズムEXPOジャパン 旅の祭典 in 沖縄」では、「コロナ感染を乗り越え、強靱で持続可能な観光産業をめざす」をテーマにしたインターナショナル・フォーラムを実施。

モデレーターのデュエイ氏は「ツーリズムは安全で強い社会の起爆剤となり得る」との主張の下、「官民が協力して新たな価値を創造すること、そして人々の往来をさらに活発にしていくこと」を主要テーマに設定した。

その中で次代の旅行のキーワードは、「ローカル」、「デジタル」、「パートナーシップ」との考え方が展開された。

JTB山北氏は、今をツーリズムそのものを考え直す絶好の機会と捉え、「顧客の経験・体験を最重視する」「たくさんの関係者とパートナーシップを構築する」「そして第三に、デジタル技術を積極的に導入する」ことを提言した。



「ツーリズムEXPOジャパン 旅の祭典 in 沖縄」、海外旅行の新たなステージを議論

- ① 「ニューノーマル」時代の海外旅行再活性化をテーマに10/29~11/2まで開催。
- ② 次代の旅行のキーワードは、「ローカル」「デジタル」「パートナーシップ」。

【市況】 ニュース

訪日観光客消費者ホットラインに寄せられた新型コロナウイルス関連の相談まとめ

— 11/5・国民生活センター —

URL http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20201105_1.pdf

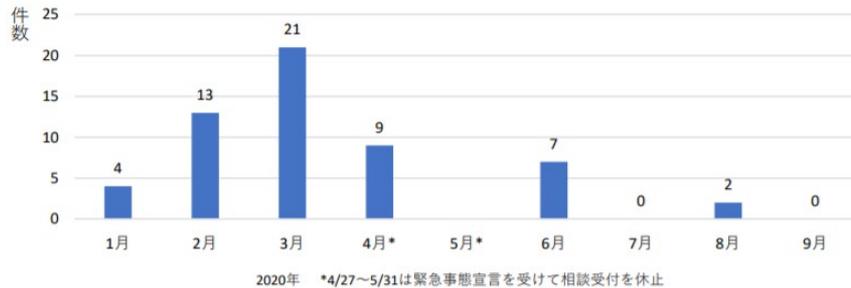


図1 訪日観光客からの新型コロナウイルス関連の相談の月別件数³

表1 訪日観光客からの相談件数と新型コロナウイルス関連の相談の割合

(単位: 件)

2020年	1月	2月	3月	4月*	5月*	6月	7月	8月	9月
訪日観光客からの相談件数	31	31	29	11	-	9	2	2	0
うち新型コロナウイルス関連の相談件数	4	13	21	9	-	7	0	2	0
新型コロナウイルス関連の相談の割合	13%	42%	72%	82%	-	78%	0%	100%	-

*4/27~5/31は緊急事態宣言を受けて相談受付を休止

国民生活センター「訪日観光客消費者ホットライン」にはコロナの影響で日本への旅行中止を余儀なくされた外国人からホテルや航空券のキャンセル料に関するトラブル等の相談が寄せられている。

相談件数は、2020年9月末受付分までで56件、最初に相談が寄せられたのは今年の1月で、最も多かったのは3月の21件。

(訪日旅行中の外国人からの相談)

- ・ 怪しい健康食品を買わされた
- ・ 訪日中のネット購入のマスクが不良品
- ・ 観光バス内で少し咳をしただけで、ガイドに罵倒され、いたたまれず途中下車

コロナによる外国人からの「キャンセル料に関するトラブル等」の相談は56件

- ① 相談件数は2020年9月末受付分までで56件、最も多かったのは3月の21件
- ② 商品だけでなく、「観光バス内で少し咳をしただけでガイドが罵倒」なども。

【市況】 ニュース

東急百貨店が日本の百貨店として初めてeBayに出店

— 11/3・時事通信 —

URL <https://www.jiji.com/jc/article?k=000000075.000015238&g=prt>



株式会社東急百貨店は、11月1日（日）、eBay Inc.の日本法人であるイーベイ・ジャパン株式会社を通じて、世界最大規模のオンライン・マーケットプレイス「eBay（イーベイ）」に、日本の百貨店で初めて公式越境ECショップを開設した。

東急百貨店では以前より越境ECを検討しており、昨今のコロナ禍でのインバウンド需要の減少を踏まえ、eBayを通じた販売による収益増および東急百貨店の認知度向上、さらには新型コロナウイルス収束後のインバウンド需要の取込みを目的として越境ECを開始した。

今回、百貨店として培った目利き力、編集力を生かし、切子ガラスや箸などの伝統工芸品をはじめ、海外で人気が高まっている子供用兜や念珠、お線香など約150点を出品したが、今後はさらに今治タオルや和食器などのインテリア用品を中心に、取扱点数の拡充を行い、上質な商品の販売を通して日本文化の発信を目指す。

eBayは、北米を中心に、ヨーロッパからオーストラリアや中国などのアジア地域まで世界190カ国で展開しており、広い販路による、より多くの販売機会が見込まれ、また東急百貨店のEC販売システムを生かせるeBayのスキームにより越境ECが可能

東急百貨店が日本の百貨店で初めて公式越境ECショップを開設

- ① 収益増および認知度向上、さらにはコロナ収束後の取り込みを目的。
- ② 伝統工芸品をはじめ、人気の子供用兜や念珠、お線香など約150点を出品。

【市況】 ニュース

JALなどが“シンガポール旅行気分”が満喫できる成田発着周遊ツアーを実施

— 11/11・yahooニュース —

URL <https://news.yahoo.co.jp/articles/1b637921aeb96d1f47004358617f4c9dd10d4a8c>



行程



成田国際空港にて集合
※チェックイン時間10:15頃
※集合場所、時刻については
最終行程表にて案内いた
します。



搭乗後出発
※12:15頃



日本の空を周遊
※約3時間30分



成田国際空港到着
※15:45頃



成田国際空港にて
解散

JAL（日本航空）、STB（シンガポール政府観光局）、ジャルパック、NAA（成田国際空港）は、「チャーターDE海外旅行気分を満喫！～シンガポール～」を12/5に実施する。

搭乗ゲートでは、シンガポールの景色のフォトブースの設置や、機内でも楽しめる謎解きイベントを開催するなど、シンガポール旅行の気分を味わえるコンテンツを用意。

また、機内ではシンガポールをイメージした機内食に加え、旅行券やグッズが当たる抽選会を実施する。

【チャーターDE海外旅行気分を満喫！～シンガポール～】

出発日：2020年12月5日

時間：成田（12時15分）発～成田（15時45分）着予定

機材：ボーイング 767-300ER型機

代金：ビジネスC窓側1席4万9000円、通路側1席4万3000円
エコノミーC窓側2席（2名利用）5万9000円

など

海外旅行ができない今ならではの企画、機内イベントが満載の3時間30分！

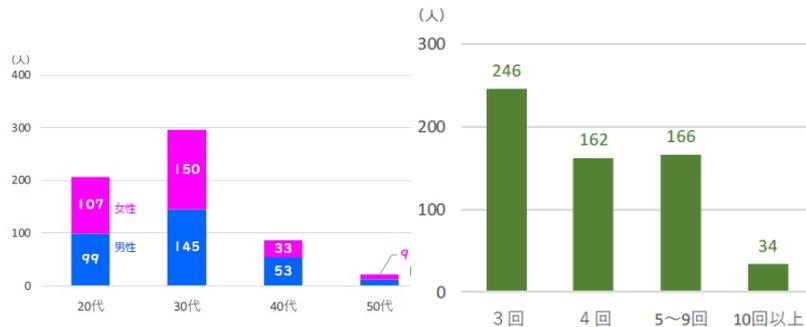
- ① 旅行気分を味わうための「環境整備」「機内食」「抽選会」などを実施。
- ② 日本の空を周遊するプランで、座席ごとの価格差もある本格的なツアー。

【特集】中国の生活と日本製品に関するインサイト①

— 10/29・株式会社プラネット —

URL:https://www.planet-van.co.jp/pdf/research/inb_emg-report20201029.pdf

調査対象者の性別、年代別、訪日の回数

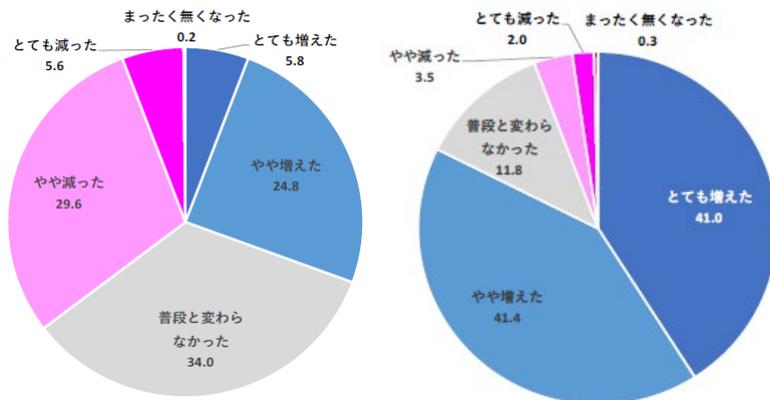


世界中で新型コロナウイルス感染拡大が続く中、本年9月の中国主要経済指標は改善が続き、世界に先駆けて景気が持ち直している。中国におけるコロナ感染はほぼ終息しており、急速に日常生活を取り戻していると言ってもよいであろう。

普段の買い物の変化では、「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが顕著となっている。ただ、食料品に限っては、「お店での買い物」は、本年3月同調査と比較して「減った」の回答が59.2%→44.0%と減少しており、少しずつではあるがお店に客足が戻ってきている傾向がみられる。

「ネットでの買い物」は、コロナ渦の外出制限・自粛を機に、さらにキャッシュレスが社会に浸透していることも相まって、82.4%の人が「増えた」と回答している。「減った」という回答はわずか2.3%であり、今後もこの流れは続いていくと考えられる。

コロナ前後の収入の変化 ネットでの買い物



出典：株式会社プラネット『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』P.5

- ① 訪日経験のある中国在住の生活者を対象としたアンケート調査を実施
- ② 「ネットでの買い物」、82.4%もの人が「増えた」と回答

【特集】中国の生活と日本製品に関するインサイト②

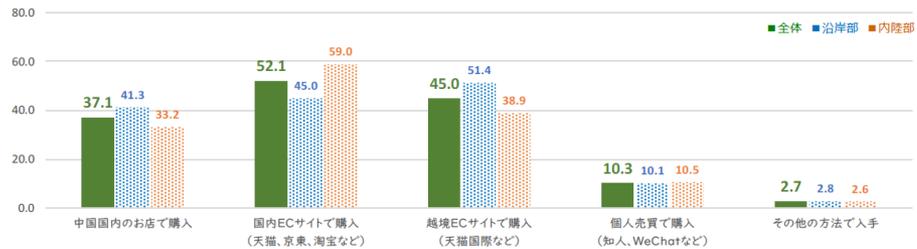
— 10/29・株式会社プラネット —

URL: https://www.planet-van.co.jp/pdf/research/inb_emg-report20201029.pdf

現在の日本製品を購入・入手している方法

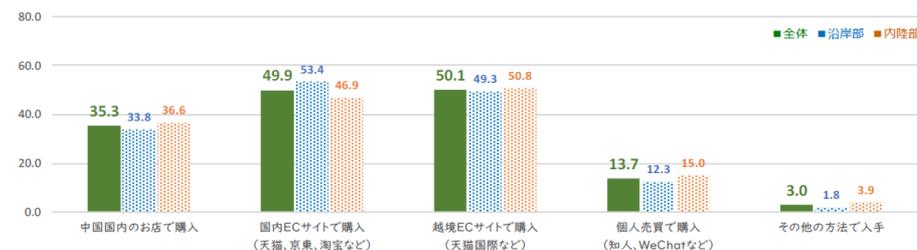
(1) 医薬品

	中国国内のお店で購入	国内ECサイトで購入 (天猫、京東、淘宝など)	越境ECサイトで購入 (天猫国際など)	個人売買で購入 (知人、WeChatなど)	その他の方法で入手	
全体	447人	37.1	52.1	45.0	10.3	2.7
└ 沿岸部	218人	41.3	45.0	51.4	10.1	2.8
└ 内陸部	229人	33.2	59.0	38.9	10.5	2.6



(2) 化粧品

	中国国内のお店で購入	国内ECサイトで購入 (天猫、京東、淘宝など)	越境ECサイトで購入 (天猫国際など)	個人売買で購入 (知人、WeChatなど)	その他の方法で入手	
全体	473人	35.3	49.9	50.1	13.7	3.0
└ 沿岸部	219人	33.8	53.4	49.3	12.3	1.8
└ 内陸部	254人	36.6	46.9	50.8	15.0	3.9



出典：株式会社プラネット『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』P.31

渡航制限によって訪日できない中、中国の生活者の日本製品入手方法はECが中心となっている。

ECの中でも国内EC（天猫、京東、タオバオなど）の利用が越境EC（天猫国際など）よりも若干ではあるが多くの結果となった。中国の生活者は、国内ECと越境ECの特性を理解し使い分けていると聞くが、国内ECで購入できないものを越境ECで購入していると考えられる。

中国ではスマホなどモバイル端末とキャッシュレスの急速な普及により、社会消費財小売総額の約25%をECによる取引が占めるといふ。

また、最近はWeChatを使って個人から購入するケースも増えてきているようである。WeChatのアプリの中で動くミニプログラムを活用し簡単に売買できるのが特徴である。

- ① 中国の生活者は、国内ECと越境ECの特性を理解し使い分けている
- ② WeChatを使って個人から購入するケースも増えてきているようだ

【特集】中国の生活と日本製品に関するインサイト③

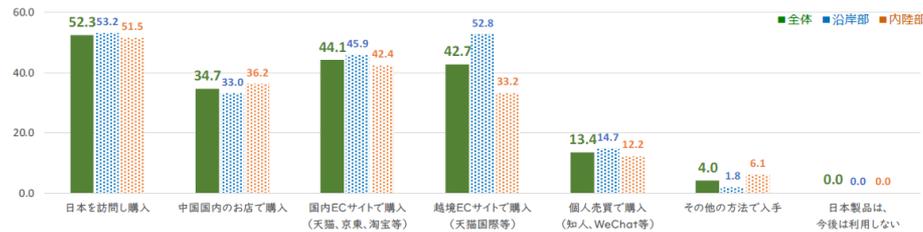
— 10/29・株式会社プラネット —

URL: https://www.planet-van.co.jp/pdf/research/inb_emg-report20201029.pdf

今後、日本への渡航制限が解除された際の日本製品入手方法の意向

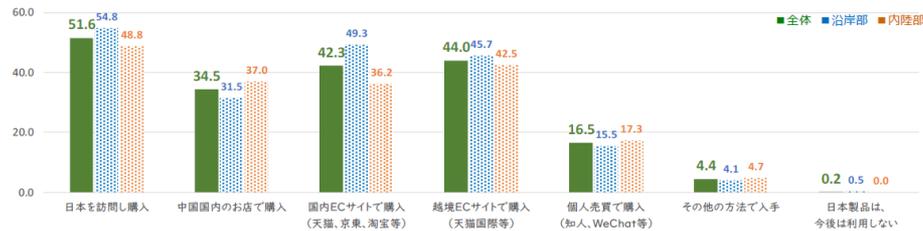
(1) 医薬品

	日本を訪問し購入	中国国内のお店で購入	国内ECサイトで購入 (天猫、京東、淘宝等)	越境ECサイトで購入 (天猫国際等)	個人売買で購入 (知人、WeChat等)	その他の方法で入手	日本製品は、 今後は利用しない
全体	447人	52.3	34.7	44.1	42.7	13.4	4.0
└ 沿岸部	218人	53.2	33.0	45.9	52.8	14.7	1.8
└ 内陸部	229人	51.5	36.2	42.4	33.2	12.2	6.1



(2) 化粧品

	日本を訪問し購入	中国国内のお店で購入	国内ECサイトで購入 (天猫、京東、淘宝等)	越境ECサイトで購入 (天猫国際等)	個人売買で購入 (知人、WeChat等)	その他の方法で入手	日本製品は、 今後は利用しない
全体	473人	51.6	34.5	42.3	44.0	16.5	4.4
└ 沿岸部	219人	54.8	31.5	49.3	45.7	15.5	4.1
└ 内陸部	254人	48.8	37.0	36.2	42.5	17.3	4.7



時期を予想することは難しいが、この先いつかは日中間の渡航制限が解除される。渡航制限が解除された際の日本製品の入手方法の意向医薬品や化粧品では、「日本を訪問して購入」が50%以上であり、次いで国内ECか越境ECで購入するという結果であった。注目すべきは、「個人売買で購入（知人、WeChat等）」との回答が、各カテゴリで10～20%あることである。

これはおそらくWeChatを使って信頼できる日本在住のソーシャルバイヤーから購入したい人が一定数いることの表れではないだろうか。今後、中国マーケットでは、中国国内製品の品質・機能性向上、欧米や韓国製品とのさらなる競争激化が予想され、中国の生活者に日本製品を支持し続けてもらう施策も必要となるかもしれない。

日本製品の入手方法の意向医薬品や化粧品では、「日本を訪問して購入」が50%以上

【特集】中国の生活と日本製品に関するインサイト④

— 10/29・株式会社プラネット —

URL: https://www.planet-van.co.jp/pdf/research/inb_emg-report20201029.pdf

中国の各ECモールにおける美容関連売上 ランキング

◇天猫 (Tmall)	= 中国最大の国内 (B2C) ECモール
◇天猫国際 (Tmall Global)	= 中国最大の越境 (B2C) ECモール
◇タオバオ	= 中国最大の個人売買 (C2C) ECモール

2020年4-6月 美容関連 (天猫国際)

RK	ブランド名	国	天猫国際売上	シェア率
1	AHC	韓国	209,688,223	3.50%
2	EltaMD	アメリカ	163,911,760	2.74%
3	ISDIN	スペイン	144,264,590	2.41%
4	キュレル	日本	111,841,322	1.87%
5	Mistine	タイ	110,479,209	1.84%
6	ドクターシーラボ	日本	107,117,552	1.79%
7	資生堂	日本	92,570,513	1.55%
8	Naris Up	日本	90,302,886	1.51%
9	Dr.Jart+	韓国	84,495,235	1.41%
10	Ulike	韓国	81,057,480	1.35%

2020年4-6月 美容関連 (タオバオ)

RK	ブランド名	国	タオバオ国内売上	シェア率
1	WHOO	韓国	536,644,300	2.26%
2	欧佩/OKADY	中国	471,115,725	1.98%
3	ESTEE LAUDER	アメリカ	310,206,795	1.31%
4	Happy to buy	中国	294,893,651	1.24%
5	Laneige	韓国	199,667,684	0.84%
6	贝玲美	中国	189,383,506	0.80%
7	Lancôme	フランス	173,609,470	0.73%
8	多特海纶/drhelen	韓国	156,719,969	0.66%
9	PHILIPS	オランダ	152,337,357	0.64%
10	修正	中国	149,532,606	0.63%

出典：株式会社プラネット『中国の日常生活と日本製品購買に関する調査レポート』P.63～65

2020年4-6月 美容関連 (天猫)

RK	ブランド名	国	天猫国内売上	シェア率
1	L'Oréal	フランス	1,654,809,241	3.57%
2	ESTEE LAUDER	アメリカ	970,705,279	2.10%
3	Lancôme	フランス	951,058,864	2.05%
4	Olay	アメリカ	828,602,062	1.79%
5	SK-II	日本	730,231,049	1.58%
6	PHILIPS	オランダ	709,886,547	1.53%
7	花西子	中国	528,663,450	1.14%
8	PERFECT DIARY	中国	520,234,671	1.12%
9	Ulike	韓国	488,413,307	1.05%
10	HomeFacialPro	中国	469,435,278	1.01%

14億人の人口を擁する巨大マーケットの中国では、あらためて世界中のブランドが進出していることが分かる。

美容関連品では、欧米ブランドが強いことがうかがえる。次いで日本ブランドと韓国ブランドも上位が占めており、この競争の中で中国国内ブランドも着実に力を付けてきている情勢となっているようである。その中で、日本ブランドも多くランクインしており、日本製品に対する評価の高さ特に、越境EC「天猫国際」では地理的な優位性もあり日本ブランドの割合が非常に高い。

「天猫国際」では日本ブランドが非常に強く、直近の2020年4-6月では、トップ20のうち半数近い9ブランドを占める結果となった。