

2021年 5月21日 発行 5月版

訪日市場レポート

UNIQUE
USP Japan

2021.5 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

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| ・ 4月 訪日外客数 | 日本政府観光局（JNTO）・訪日外客統計 |
| ・ 4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 |
| ・ 令和3年 2,3月 都道府県別外国人宿泊者数 | 観光庁・宿泊旅行統計調査 |

【市況（報道発表・トピックス・ニュース・コラム）】

報道発表/トピックス

- | | |
|---------------------------------------|----------------|
| ・ 日本政府観光局 2021 年度の主な取組方針を策定 | 日本政府観光局 |
| ・ 日本語での観光情報の発信を強化！ | 日本政府観光局 |
| ・ G20 観光大臣会合で大臣宣言とガイドラインを採択 | 観光庁 |
| ・ 日中観光分野の相互協力をオンライン会議で確認 赤羽大臣 | 国土交通省 |
| ・ 四国観光地調査から台湾・香港の旅行深層ニーズを | Vpon JAPAN株式会社 |
| ・ 81.7%観光業者がコロナ禍で売上ダウン、観光業の経営層 100人調査 | デジタルPRプラットフォーム |

助成金情報

- | | |
|----------------------------|----------|
| ・ 令和3年度東京都商店街デジタル化モデル事業補助金 | 東京都産業労働局 |
|----------------------------|----------|

ニュース/コラム

- | | |
|-----------------------------------|-----------------|
| ・ 中国・海南島の博覧会で資生堂など日本勢がアピール | THE SANKEI NEWS |
| ・ 40万人の観光客がゼロに……苦境の対馬をゲームが救う！ | Smart FLASH |
| ・ 電車・バスのVisaタッチ決済、コロナ後にらみ地方で広がる | THE SANKEI NEWS |
| ・ 沖縄で2024年までに11ホテル開業 コロナ後見据え差別化図る | 沖縄タイムス |

【市況（実績・データ）】月次

2021年 4月訪日外客数 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計

—5/19・JNTO発表—

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/210519_monthly.pdf

(対2019年比)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2019年 4月	2021年 4月	伸率(%)	2019年 1月～4月	2021年 1月～4月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,926,685	10,900	-99.6	10,980,482	77,100	-99.3
韓国	South Korea	566,624	1,100	-99.8	2,647,397	6,500	-99.8
中国	China	726,132	3,300	-99.5	2,895,449	19,300	-99.3
台湾	Taiwan	403,467	400	-99.9	1,593,227	2,000	-99.9
香港	Hong Kong	194,806	60	-100.0	699,852	320	-100.0
タイ	Thailand	164,817	200	-99.9	512,754	1,100	-99.8
シンガポール	Singapore	36,704	40	-99.9	129,169	230	-99.8
マレーシア	Malaysia	46,092	100	-99.8	164,766	500	-99.7
インドネシア	Indonesia	39,768	200	-99.5	136,476	1,600	-98.8
フィリピン	Philippines	69,266	200	-99.7	188,700	1,600	-99.2
ベトナム	Vietnam	55,295	300	-99.5	177,928	20,700	-88.4
インド	India	18,376	600	-96.7	57,667	2,900	-95.0
豪州	Australia	70,504	100	-99.9	243,400	300	-99.9
米国	U.S.A.	170,247	600	-99.6	542,671	2,800	-99.5
カナダ	Canada	38,897	100	-99.7	123,032	300	-99.8
メキシコ	Mexico	8,222	40	-99.5	20,466	140	-99.3
英国	United Kingdom	44,537	200	-99.6	128,255	700	-99.5
フランス	France	46,005	100	-99.8	108,130	800	-99.3
ドイツ	Germany	27,829	100	-99.6	81,230	600	-99.3
イタリア	Italy	24,062	90	-99.6	50,948	330	-99.4
ロシア	Russia	13,787	100	-99.3	37,405	500	-98.7
スペイン	Spain	13,858	80	-99.4	31,689	370	-98.8
中東地域	Middle East	13,352	80	-99.4	32,644	300	-99.1
その他	Others	134,038	2,810	-97.9	377,227	13,210	-96.5

出典：日本政府観光局(JNTO)

2021年4月の訪日外客数は10,900人であった。これは、COVID-19（新型コロナウイルス感染症）感染拡大防止策の一環として一部の例外を除いて国境を跨ぐ往来が停止されていることによるもので、COVID-19の影響前の2019年同月比99.6%減に相当する。

なお、観光目的の入国は引き続き認められていない。

4月訪日外客数10,900人、一部の例外を除いて国境を跨ぐ往来が停止されている

○ 訪日外客、前年同月比99.6%減

【市況（実績・データ）】月次

4月 地域別訪日市場概況 日本政府観光局(JNTO)訪日外客統計

—5/19・JNTO発表—

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/210519_monthly.pdf

国・地域	Country/Area	総数 Total		
		2019年 4月	2021年 4月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,926,685	10,900	-99.6
韓国	South Korea	566,624	1,100	-99.8
中国	China	726,132	3,300	-99.5
台湾	Taiwan	403,467	400	-99.9
香港	Hong Kong	194,806	60	-100.0
タイ	Thailand	164,817	200	-99.9
シンガポール	Singapore	36,704	40	-99.9
マレーシア	Malaysia	46,092	100	-99.8
インドネシア	Indonesia	39,768	200	-99.5
フィリピン	Philippines	69,266	200	-99.7
ベトナム	Vietnam	55,295	300	-99.5
インド	India	18,376	600	-96.7
豪州	Australia	70,504	100	-99.9
米国	U.S.A.	170,247	600	-99.6
カナダ	Canada	38,897	100	-99.7
メキシコ	Mexico	8,222	40	-99.5
英国	United Kingdom	44,537	200	-99.6
フランス	France	46,005	100	-99.8
ドイツ	Germany	27,829	100	-99.6
イタリア	Italy	24,062	90	-99.6
ロシア	Russia	13,787	100	-99.3
スペイン	Spain	13,858	80	-99.4
中東地域	Middle East	13,352	80	-99.4
その他	Others	134,038	2,810	-97.9

出典：日本政府観光局(JNTO)

中国は、3,300人（対2019年同月比99.5%減）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、2021年1月14日以降、当分の間、運用が停止されている。

韓国は、1,100人（対2019年同月比99.8%減）であった。韓国政府による海外旅行の中止、延期を国民に要請する特別旅行注意報が2021年5月16日まで延長されている。

インドは、600人（対2019年同月比96.7%減）であった。インド政府から発令された海外渡航中止勧告と観光目的以外の人的往来を可能とする二国間協定等による臨時便を除く国際旅客便の運航停止が継続している。

【市況（実績・データ）】月次

2.3月 都道府県別外国人宿泊者数 観光庁・宿泊旅行統計調査

—4/28・観光庁発表—

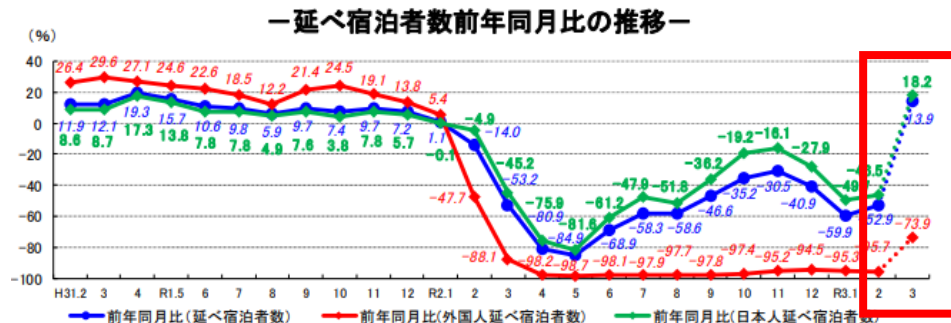
URL <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001402243.pdf>

—延べ宿泊者—

(万人泊)

	全 体	日本人	外国人
R3.2	1,763	1,743	21
(前年同月比)	-52.9%	-46.5%	-95.7%
R3.3 (※)	2,726	2,696	30
(前年同月比)	+13.9%	+18.2%	-73.9%

※令和3年3月の数値は第1次速報値であり、令和3年5月31日公表予定の第2次速報値で変更となる可能性がある。



令和3年2月の国籍別外国人延べ宿泊者数

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	37,240	21.6%	-88.8%
第2位	ベトナム	21,000	12.2%	-27.2%
第3位	中国	18,920	11.0%	-97.0%
第4位	フィリピン	12,540	7.3%	-83.1%
第5位	インドネシア	6,660	3.9%	-91.5%
第6位	韓国	6,450	3.7%	-97.4%
第7位	タイ	3,660	2.1%	-98.8%
第8位	英国	3,350	1.9%	-95.7%
第9位	インド	3,300	1.9%	-83.2%
第10位	台湾	2,180	1.3%	-99.7%
第11位	ドイツ	2,150	1.2%	-95.8%
第12位	フランス	2,020	1.2%	-96.8%
第13位	ロシア	1,440	0.8%	-92.9%
第14位	香港	1,350	0.8%	-99.6%
第14位	カナダ	1,350	0.8%	-97.4%
第16位	シンガポール	1,150	0.7%	-98.9%
第17位	マレーシア	1,070	0.6%	-98.6%
第18位	オーストラリア	960	0.6%	-99.6%
第19位	イタリア	280	0.2%	-98.8%
第20位	スペイン	160	0.1%	-99.2%
	その他	36,780	21.3%	-90.7%
	合計	172,640	100.0%	-95.8%

外国人延べ宿泊者数は、3月に入り一定の回復を見せた

- ① 【令和3年2月】 外国人宿泊者数は、第1位アメリカ、第2位ベトナム、第3位中国。
- ② 【令和3年3月】 3月は、30万人泊、前年同月比-73.9%であった。

【市況】 報道発表

日本語での観光情報の発信を強化！

— 4/23・日本政府観光局—

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/20210423_2.pdf

訪日情報サイトトップページ



日本国内の観光地別・旅行者の興味関心別に多様な観光情報を紹介する

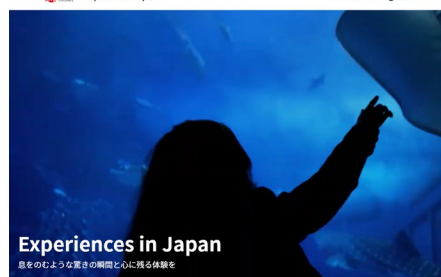
「Destinations」「Things to do」ページについて、約 1,000 ページを英語から日本語に翻訳し、公開しました。

また、外国人目線で選ばれたバラエティ豊かな日本全国の体験型観光コンテンツ等を紹介する「Experiences in Japan」ページでも 263 のコンテンツを日本語で掲載しています。

日本の地域



体験型観光コンテンツ



- Experiences in Japan（体験型観光コンテンツ）
<https://www.japan.travel/experiences-in-japan/jp/>
- Destinations（観光地別の観光情報）
<https://www.japan.travel/jp/destinations/>
- Things to do（興味関心別の観光情報）
<https://www.japan.travel/jp/things-to-do/>

外国人旅行者向け公式ウェブサイトの日本語化を大幅に拡充

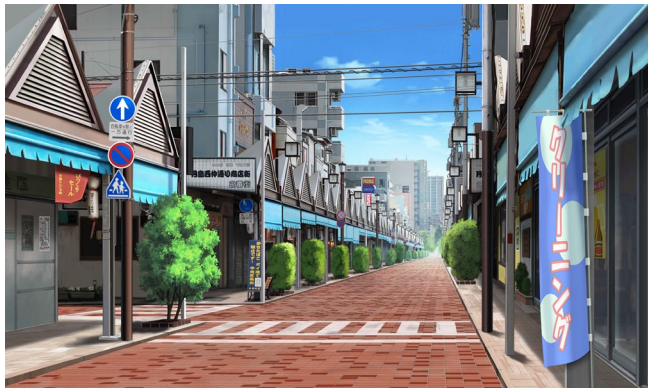
- ① 海外向けの観光情報発信に関するインバウンド関係者の理解促進
- ② 国内旅行の新たな魅力の発見や旅行需要の回復に繋げる

【市況】トピックス

令和3年度東京都商店街デジタル化モデル事業補助金

— 4/27・東京都産業労働局—

URL <https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/press.pdf>



【事業概要】

東京都は、デジタル技術を活用し、利便性向上や集客、新たな販売機会の創出等に取り組む商店街を支援するため、

「商店街デジタル化モデル事業」を実施します。それぞれの商店街の課題や特性に合わせたデジタル技術を導入できるよう、専門家によるコーディネートにかかる費用から導入後のサポートまで補助を行うとともに、お取り組みいただいた内容を、商店街のデジタル化の先進的事例として発信します。

【募集期間】

令和3年4月26日（月）～6月11日（金）

【補助対象者】

都内の商店街、商店街の連合会、商工会、商工会連合会及び商工会議所

【補助率】

9／10以内（補助限度額 1,000万円）

【補助対象事業】

- ①商店街が一体的にキャッシュレス決済を導入する取組
- ②商店街アプリの開発、商店街ECサイトの構築等、デジタル技術による商店街活性化を図る取組

【市況】報道発表

日本政府観光局 2021 年度の主な取組方針を策定 3-1 — 4/23・日本政府観光局—

URL https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/20210423_3.pdf

日本政府観光局（JNTO）は、2030 年訪日外国人旅行者数 6,000 万人、訪日外国人旅行消費額 15 兆円等の政府目標の達成に向けて、各国の出入国規制の動向を踏まえつつ、オンラインでの事業を強化するなど工夫を凝らし、国内外で精力的に取組を行う。

2021年度主な取組方針

海外向け

1. 日本で開催される主要イベントと連携した情報発信
2. コロナの状況や出入国規制の変化に対応した、SNS・ウェブサイトによる情報発信その他の各種取組の機動的な実施
3. 上質な観光サービスを求める旅行者やテーマ特化型旅行者の誘客に資する関係者との連携強化
4. Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信
5. コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

国内向け

1. 海外事務所・本部職員による国内インバウンド関係者（賛助団体・会員・その他）に対するコンサルティング・支援、海外市場動向に関する情報提供の拡充
2. プロモーションの本格的再開に向けた良質な観光コンテンツの収集と分類・整理・活用
3. JNTOウェブサイト日本語化など国内向け情報発信の実施
4. 出入国規制の動向やコロナ禍の旅行需要の動向に関する情報収集と国内インバウンド関係者への展開
5. コロナによる環境変化も踏まえたMICE誘致・開催に係る初級から上級までの体系的な人材の育成

2021年度の主な取組方針を踏まえた個別の取組《海外向け》

1.東京オリンピック・パラリンピックを契機とした情報発信

知られざる地方の観光の魅力や、障がい者・高齢者など誰もが安心して旅行ができる事などを、SNSや在京メディアを通じて配信。

2.Enjoy my Japanグローバルキャンペーンの展開

欧州、北米、豪州を中心に、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知していない層に向けて動画や広告配信によって「日本が、誰もが楽しむことが出来る旅行目的地」であることを継続発信。

3.アジアにおける大規模キャンペーンの展開

アジア10市場（中国、台湾、香港、韓国、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン）の訪日回数 2～5回程度の層を対象に、広告出稿と合わせてオンライン旅行会社との販促キャンペーン等を実施。

4.Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報発信

地域の観光情報紹介に加え、地域産品を紹介し、既存または新規EC店舗と連携し購買を促進する。2021年度は、ECサイト取引が活発な中国市場を対象に、試行的に全国をカバーする形で実施する。

5.コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

訪日旅行の不安払拭に向けた情報を届けるページを5言語で新設し、入国規制の情報・ステイホームで楽しめる訪日コンテンツ等の提供を継続する。日本の新型コロナウイルス感染症対策等を伝えるピクトグラムを制作する。

2021年度の主な取組方針を踏まえた個別の取組《国内向け》

6.海外事務所による国内インバウンド関係者へのコンサルティング

対面でのコンサルティング活動に代わる機会として、賛助団体・会員を対象としたオンライン個別相談会を継続実施する。

7.国内の良質な観光コンテンツの収集と活用

外国人観光客の受入体制が整った体験型コンテンツをDMO・地方自治体などから募集し、外国人目線で選定した優良コンテンツをJNTOの訪日プロモーションに活用していく。

8.グローバルウェブサイトの日本語化と国内向け観光情報発信

JNTO公式グローバルウェブサイト日本語化を拡大。Travel Japan -The Official Japan Guideのページについて、約1000ページを英語から日本語に翻訳し23日に公開した。

体験型観光コンテンツを集めたExperiences in Japanページでも、263コンテンツを日本語で公開している。

JNTO発、出入国規制継続のコロナ禍でも工夫を凝らし国内外で精力的に取組を実施

- ① 海外向けには、市場ごとのキャンペーンや感染症の不安払しょく、Eコマースによる物販を絡めた地域の観光情報の発信をオリパラ期を中心に強化する。
- ② 国内向けには、インバウンド関係者へのコンサルティングや地域の良質な観光コンテンツの収集と活用を行う。

【市況】報道発表

G20 観光大臣会合で大臣宣言とガイドラインを採択

— 5/6・観光庁 —

URL https://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000142.html



日時：令和3年5月4日（火）19時30分～22時40分

参加国：G20、シンガポール、スペイン、オランダ、コンゴ、ブルネイ、国際労働機関、イスラム開発銀行、経済協力開発機構、世界観光機関、世界貿易機関、世界旅行ツーリズム協議会

出席者：小林国土交通大臣政務官

テーマ：包摂的、強靱かつ持続可能な旅行と観光の回復

観光産業の持続可能で強靱な回復に向けて、7つの政策分野（・安全な移動・危機管理・強靱性・包摂性・グリーントランスフォーメーション・デジタル化・投資とインフラ）について議論を行った。

各国が連携して取り組む必要性を認識し、強靱で持続可能かつ包摂的な観光に転換する機会とすることを確認、「観光大臣宣言」及び「観光の未来に関するG20ローマガイドライン」を採択することに合意した。

我が国からは、日本の文化観光に関する基調発言を行い、文化資源を観光資源として活用し、官民一体となって地域の活性化に繋げることの重要性を強調した。

また、今回の宣言及びガイドラインを支持するとともに、東京オリンピック・パラリンピックの機会に魅力ある地域情報を発信していく旨紹介した。

G20にて包摂的、強靱かつ持続可能な観光の回復に向けた決意を表明

- ① 観光産業の回復に向け、各国の連携の必要性・持続可能な観光への転換を確認した。
- ② 日本は、文化資源を観光資源に、官民一体の地域活性化の重要性を強調した。

【市況】報道発表

日中観光分野の相互協力をオンライン会議で確認 赤羽大臣

— 5/17・国土交通省 —

URL https://www.mlit.go.jp/report/press/sogo05_hh_000248.html

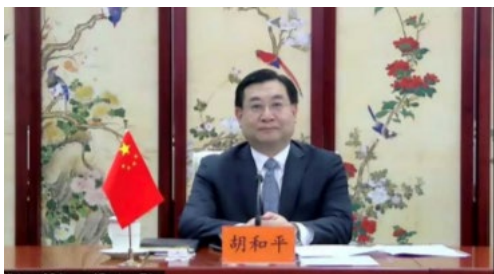


(1) コロナ禍における観光振興に係る取組

- ・国際観光は、両国の経済成長のみならず相互理解の促進等の観点からも不可欠、本会談を第一歩として、観光復活のための課題の解決に両国で取り組み、今後も観光大臣間での対話を継続していく。
- ・人的交流を深化させる取組として、デジタル技術を活用し、各地域の観光情報等を紹介する「バーチャル観光体験」の配信を実施。

(2) 日中韓観光大臣会合、今後の国際観光の見通し

- ・日中韓3カ国の観光交流の拡大、深化、そして友好関係の発展に向け、緊密に連携していくことで一致。
- ・日中間の航空便の早期回復が重要でポストコロナ時代には、一層活発な双方向での人的交流の促進を目指すことを確認しました。
- ・オリパラ東京大会について、成功裏の開催に向け取り組むとともに、レガシーを北京冬季大会に引き継ぎたい。



(3) JNTO海外事務所に係る支援要請

- ・中国において、近年の経済成長が著しい内陸部の四川省成都市に日本政府観光局（JNTO）の新事務所を開設する意向を伝達。

日中観光担当大臣のオンライン会談開催、観光分野における連携に合意

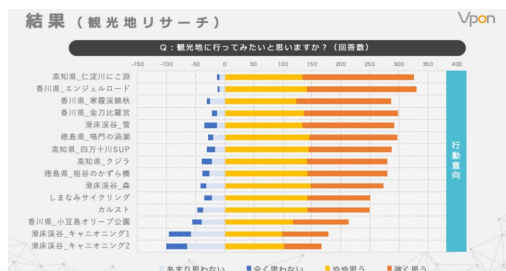
- ① 5月17日に、赤羽 一嘉 国土交通大臣、胡 和平 文化旅游部長が参加。
- ②相互の回復・発展を目的に、ポストコロナにおける一層緊密な連携を確認。

【市況】トピックス

四国観光地調査から台湾・香港の旅行深層ニーズを

— 4/22・Vpon JAPAN株式会社—

URL https://www.vpon.com/jp/shikoku_tourism/



昨今の環境変化や旅行者の深層ニーズの変化により、ニューノーマルのインバウンド対策には戦略の見直しが必要となっている。

特に四国のようなアクティビティから自然文化まで、観光地が豊富な広域エリアにおいては、海外へのアプローチは一層、戦略性が重要となっている。

そこで四国ツーリズム創造機構は、渡航制限の解除が早いと予測されている台湾・香港の旅行のニーズ調査・分析手法として、現地居住者を対象としたオンラインアンケートリサーチを実施した。

アンケートは、12観光地15種類の写真提示を行い、「各観光地への興味」と行ってみたいかどうかの「旅行意欲」などを調査した。

また旅行深層ニーズに対して、それぞれの属性を「開放感」「森林感」「ハード感」「稀少感」に分類し分析を行った。

その結果「開放感」を求める人は性別で見ると男性が多く、収入レベルが高めで、歴史や遺産などにも興味を示していることや、「森林感」で見ると訪日経験は少なく1回程度の人が多いがこちらも収入レベルは高い層であることがわかった。

「ハード感」「稀少感」で見ても興味深い分析結果が得られた。

四国の観光地に関して、台湾・香港を重点市場に設定し施策検討

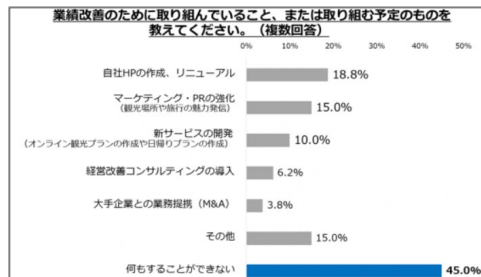
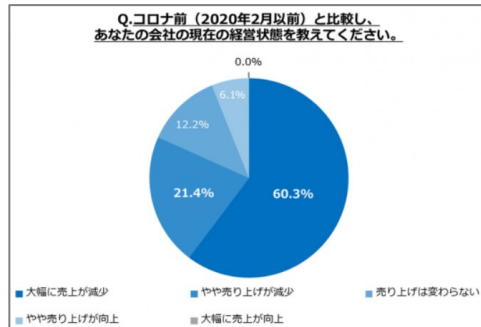
- ① 行ってみたい上位は「仁淀川にこ淵（高知）」「エンジェルロード（香川）」。
- ② 「興味度合い」と「行動意欲」の差分が多いものは「鳴門の渦潮（徳島）」など。

【市況】トピックス

81.7%の観光業者がコロナ禍で売上ダウン、観光業の経営層 100人調査

— 4/30・デジタルPRプラットフォーム —

URL https://www.excite.co.jp/news/article/Dprp_47231/



日本M&Aセンターは、「2021年4月に観光業（宿泊業、娯楽業、旅行業）の経営層98名を対象に、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う観光業界の経営実態とM&Aに関する意識調査」を実施。

「コロナ禍前と比較し、あなたの会社の現在の経営状態を教えてください」と質問したところ、「大幅に売上が減少」が60.3%、「やや売上げが減少」が21.4%という回答となった。

また、コロナ禍前と比較し売上が下がっていると回答した方に対し「業績改善のために取り組んでいること、または取り組む予定のものを教えてください」と質問したところ、「自社HPの作成、リニューアル」が18.8%、「マーケティング・PRの強化（観光場所や旅行の魅力発信）」が15.0%、「新サービスの開発（オンライン観光プランの作成や日帰りプランの作成）」が10.0%という回答となった。

その一方で、「何もすることができない」という回答が最も多い45.0%となった。

売りが下がった8割のうち半数弱の経営者が「何もすることができない」という結果で、自助努力で新たな取り組みを行うことが難しい傾向があるということが明らかになった。

売上が減少した観光事業者の半数近くは「何もすることができない」という危機状態

- ① コロナ以降「大幅に売上が減少」が60.3%、「やや売上げが減少」が21.4%。
- ② 取り組みは「自社HP改善」が1位も、それを上回る「何もすることができない」。

【市況】 ニュース

中国・海南島の博覧会で資生堂など日本勢がアピール — 5/8・THE SANKEI NEWS—

URL <https://www.sankei.com/world/news/210508/wor2105080019-n1.html>



中国南部海南省海口市で開催中の「第1回中国国際消費品博覧会」で、日本勢は資生堂やオムロンなど89のブランドが参加した。

海外での“爆買い”が止まる中、高級ブランド品などを集めた習近平国家主席肝煎りの同展示会で日本ブランドの存在感をアピールした。

資生堂は、年内に中国市場への投入を予定するスキンケアの高級ブランド「ザ・ギンザ」などを展示、ブースを訪れた地元の販売業者は「日本製品に興味がある」と担当者に熱心に質問をしていた。

日本貿易振興機構は、日系企業19社が参加した展示館を設けた。

和食器や化粧品のほか、昨年、海南島に初出店したコンビニエンスストア大手のローソンなどが商品を展示、ジェトロの担当者は「コロナ禍で日本に行くことができないこともあり、日本商品への関心は高まっている」と指摘する。

海南島は、昨年7月には1人当たりの免税購入限度額が年間3万元（約50万円）から10万元に引き上げられ、国内の富裕層が買い物目的で訪れるようになっている。

資生堂中国の長谷部長は「海南島が消費拡大の大きな推進力になっていくとみている」と強調し、島内にある免税店の販売カウンターを3月末時点の34から、年末までに50以上に増やす計画という。

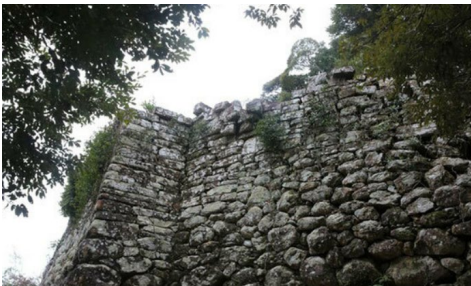
日本企業の海南島出店が加速、「第1回中国国際消費品博覧会」に89ブランドが参加

- ① ジェトロは日系企業19社の展示館を設け、日本ブランドの存在感をアピール。
- ② 訪日売上が止まった日本企業と日本商品を欲する中国消費者の思惑が一致。

【市況】 ニュース

40万人の観光客がゼロに……苦境の対馬をゲームが救う！ — 5/8・SmartFLASH—

URL <https://news.yahoo.co.jp/articles/94da00fed6ebde08537d77fdb4169e59a048e33b>



667年に築かれた金田城

「現在、韓国との船の便はありません。コロナ禍で、韓国からの観光客はゼロなんです。ただでさえ2019年夏の日韓関係の悪化で、すでに訪日客が激減していたのに」長崎県・対馬の観光業関係者が嘆いた。「韓国人観光客が最多だった2018年に比べると1、2割程度です」

対馬旅行を待ちわびる韓国人は多く、対馬ほか九州各県の上空を遊覧飛行するだけの「無着陸飛行」が人気になっているが、それだけでは賑わいを取り戻すのは難しい。

そんな苦境にある対馬の観光業関係者が“一発逆転の秘策”だと頼みにしているのが、2020年7月に発売したプレイステーション4用ゲーム『ゴースト・オブ・ツシマ』だ。

元寇をテーマにしたアクションアドベンチャーゲームで、2021年3月時点では全世界で実売累計650万本の大ヒット作となっており、ついに映画化も決まった。

観光業関係者は、映画化とコロナ禍の収束で、対馬に来ていただけるはずと期待している。

今は、対馬を訪れる観光客の大多数が経由する福岡県が緊急事態宣言対象地域に入っているが、これから映画のキャストが発表されロケ地が決まっていくなど、対馬には注目が集まりつつける。

『ゴースト・オブ・ツシマ』は、対馬の人々にとって、苦境を吹き飛ばす“神風”となるに違いない。

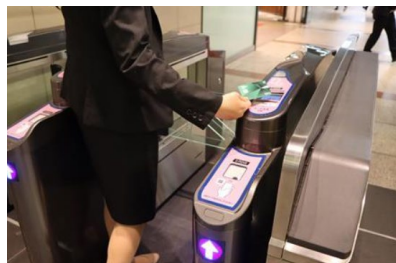
インバウンド回復時の賑わいの起爆剤は様々、エンタメの呼び水にも注目！

- ① 対馬観光もほぼ休止中、韓国人観光客が最多だった2018年の売上げの1、2割程度。
- ② 「ゴースト・オブ・ツシマ」のゲームのヒット→映画化による訪日回復に注目。

【市況】 ニュース

電車・バスのVisaタッチ決済、コロナ後にらみ地方で広がる — 5/7・THE SANKEI NEWS—

URL <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2105/07/news038.html>



南海電気鉄道が試験導入

鉄道やバスなどの公共交通機関で、クレジットカードを専用端末にかざして運賃を支払うタッチ決済導入の動きが地方を中心に広がりつつある。

新型コロナウイルスの感染収束後をにらみ、訪日外国人客が使い慣れたカードで簡単に決済できる環境を整える狙いだ。

鉄道で口火を切ったのは京都丹後鉄道、バスでは茨城交通がVisaのタッチ決済を高速バスで導入した。

こうした動きは都市部にも拡大しており、4月からは南海電気鉄道が16駅でタッチ決済の実証実験を開始、福岡市地下鉄も16日からタッチ決済を活用した1日乗り放題きっぷの試験販売を始めた。

各社が狙うのがコロナ収束後を見据えた訪日客需要の取り込みだ。

コロナの感染拡大前、外国人観光客が慣れない切符購入に戸惑う光景がみられた。

クレジットカードで決済できれば移動がスムーズになり、券売機を操作する必要もなく、非接触で感染症対策のメリットもある。

Visaはタッチ対応カードへの切り替えを進めており、対面取引の4割超はタッチ決済になっている。海外主要都市でも導入が進んでおり、日本国内での対応カードの発行枚数は3000万枚を超えた。

タッチ決済には小人料金が払えないなど技術的な課題も残るが、それでも、乗客数の中長期的な減少が見込まれる中、訪日客需要の取り込みに優位となれば都市部でも導入機運が高まる可能性がある。

インバウンドの「次なる不の解消」、公共交通機関におけるVisaタッチ決済の可能性

- ① コロナ前の不便・不満、「外国人が切符購入に戸惑う」を解消する一手。
- ② 訪日客需要の取り込みに優位とみなされれば都市部でも導入機運が高まる可能性。

【市況】 ニュース

沖縄で2024年までに11ホテル開業 コロナ後見据え差別化図る — 5/8・沖縄タイムス—

URL <https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/750122>

本年度以降に県内で開業する主なホテル

ホテル名	場所	開業時期	客室数
MBギャラリーチャタンbyザ・テラスホテルズ	北谷町	2021年4月	88
ネストホテル那覇久茂地	那覇市	21年4月	120
OMO5沖縄那覇	那覇市	21年5月	190
ウムイフォレストヴィラ沖縄	恩納村	21年5月	18棟
ヒューイットリゾート那覇	那覇市	21年7月	331
プリンスホテル	宜野湾市	22年春	340
	那覇市	22年	100～150
琉球ホテル&リゾート名城ビーチ	糸満市	22年夏	452
インターコンチネンタル沖縄美らSUNリゾート	豊見城市	23年	373
ヒルトン沖縄宮古島リゾート	宮古島市	23年夏	329
ローズウッド宮古島	宮古島市	24年	55棟
フォーシーズンズリゾートアンドプライベートレジデンス沖縄	恩納村	24年夏	278

観光需要激減の一方で、沖縄県内ではホテルの開業予定が相次いでおり、2024年までに11ホテル（2674室）が開業予定。

観光を取り巻く環境の厳しさから、独自のコンセプトを打ち出し、差別化を図りながらコロナ後を見据えるホテルもある。

5/10に本格オープンした恩納村山田のリゾートホテル「ウムイフォレストヴィラ沖縄」は、美・健康・エコをコンセプトに、富裕層をターゲットに据える。

一棟貸し切りのヴィラタイプを強みに、部屋内でのチェックイン・チェックアウトで非接触をPRするが、コロナ禍は県内・国内客へホテルの特徴を浸透させる期間と位置付け、2～3年後のインバウンド需要の回復を見据える。

星野リゾートは13日、県内初ブランドの都市観光ホテル「OMO5沖縄那覇」を那覇市松山に開業、「リピーターほど那覇を通過しリゾートに流れる傾向がある」と分析し、スタッフがマチグワーや路地裏など“ディープな那覇の街”を案内するサービスで、市内に宿泊する魅力の掘り起こしを図る。

りゅうぎん総合研究所の武田氏は「コロナ禍で客室は供給過多の状態だが、収束後の沖縄の観光地としてのポテンシャルを見越した進出が続いている。顧客ニーズの変化を捉えたサービスや、特徴を打ち出せるかが生き残りの鍵になるのではないか」と話した。

インバウンド回復を見据え、沖縄ではホテル開業ラッシュ、キーワードは「差別化」

- ① 独自のコンセプトを打ち出し、他ホテルと差別化を図りながらコロナ後を見据える。
- ② 多くは富裕層向けに「美・健康・エコ」「非接触」「ディープな魅力」などの工夫。