

訪日外国人旅行者の動向と テレビ等での多言語による 情報提供について

2014年4月10日

日本政府観光局 (JNTO)
観光情報戦略室長 山田 洋

1. 日本政府観光局 (JNTO) の概要
2. JNTO の戦略と取り組み
3. 外国人の訪日旅行の状況
 - 訪日外国人旅行者数の推移
 - 2003年/2012年/2013年の状況の比較
 - 訪日外国人旅行者数の市場別構成比
4. 訪日外国人旅行者の動向
 - 訪日目的
 - 旅行形態
 - 訪日旅行の動機
 - 訪日旅行中の情報源
 - 訪日旅行中にあると便利な情報
5. テレビ等での多言語による情報提供

1. 日本政府観光局(JNTO)の概要

目的

海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内、その他外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図ることを目的とする。

沿革

- 昭和39年 4月 特殊法人国際観光振興会設立
- 平成15年10月 独立行政法人国際観光振興機構設立
※(独)国際観光振興機構法(平成14年法律第181号)施行
- 平成21年 1月 通称名を従前の「JNTO」から「日本政府観光局(またはJNTO)」に改称
※(独)国際観光振興機構組織規程改正施行

組織・予算

- 役員 : 5人(理事長1、理事2、監事2)
- 職員 : 90人(国内55人、海外35人)
その他 海外現地採用職員 37人 ※平成25年4月1日現在
- 組織 : 経営戦略部、海外マーケティング部
事業連携推進部、コンベンション誘致部
海外事務所14箇所
- 運営費交付金 : 18.4億円(平成25年度)

業務

- 外国人観光旅客の来訪促進のための宣伝、○ 外国人観光客に対する観光案内所の運営
- 通訳案内士試験事務の代行、○ 国際観光に関する調査研究・出版物の刊行
- 国際会議等の誘致促進、開催の円滑化 等



2. JNTOの戦略と取り組み

2020年東京五輪・パラリンピック開催を契機に
年間訪日外客2000万人の高みを目指す



日本ブランドの売り込み

- 一元的訪日プロモーション
- 富裕層、中間層、若年層
- 教育旅行、FIT
- ASEAN市場
- 潜在市場(欧州、ロシア、インド等)
- ムスリム観光、スポーツ観光、医療観光
- ウェブ、SNS
- 2020年東京五輪・パラリンピック

MICEの拡充強化

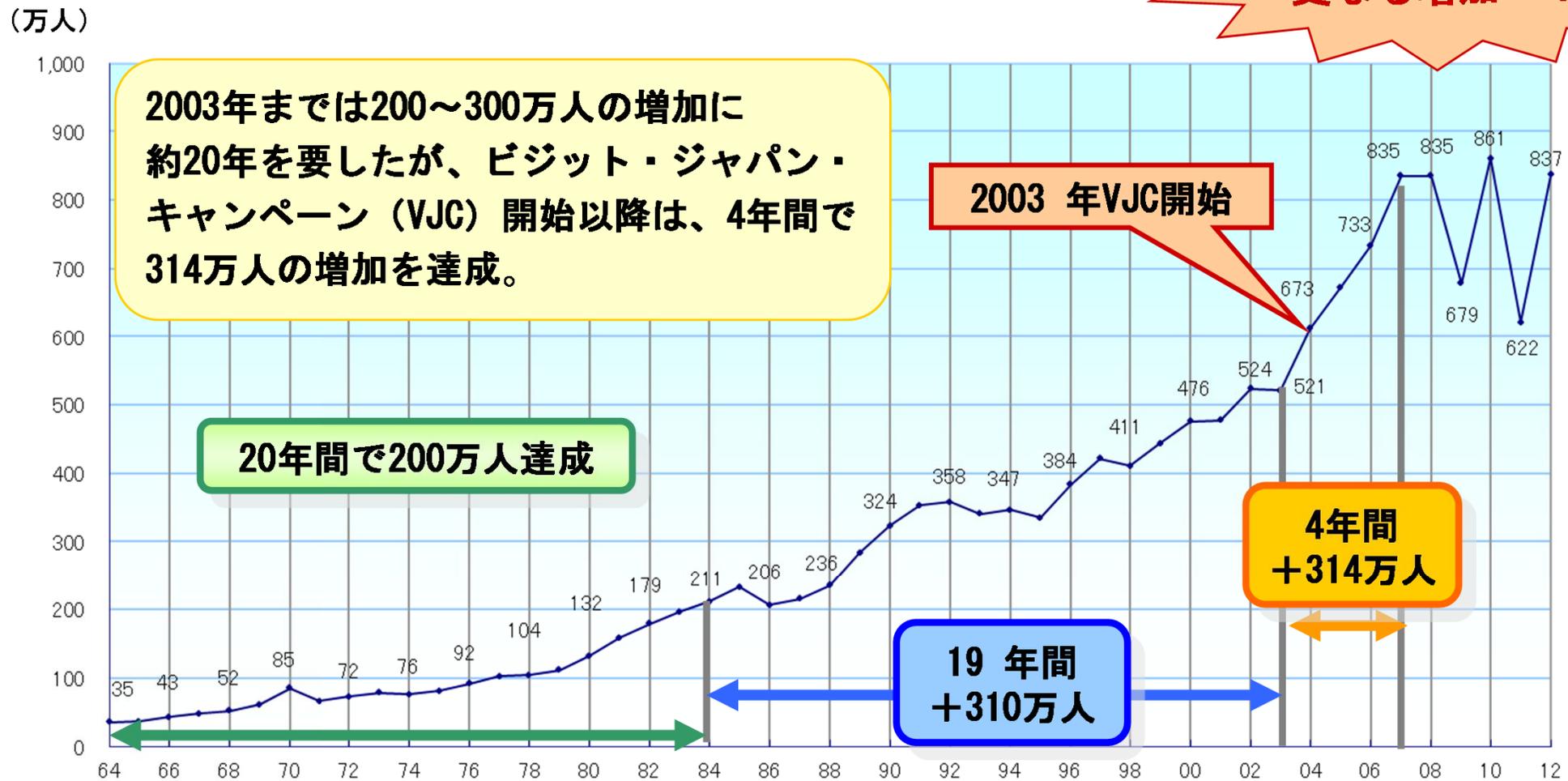
- MICE先進事例
- 自治体等の関係者啓発
- アンバサダー
- マーケティング
- チームジャパン
- ソフト、ハード・インフラ強化

受入体制の整備

- 外国人観光案内所
- スマート・デバイス
- 地域観光資源
- ムスリム旅行者
- Wi-Fi
- ATM
- 空港
- 宿泊施設
- Tax-Free

3. 外国人の訪日旅行の状況(1)

【1964年から2012年までの訪日外国人旅行者推移】



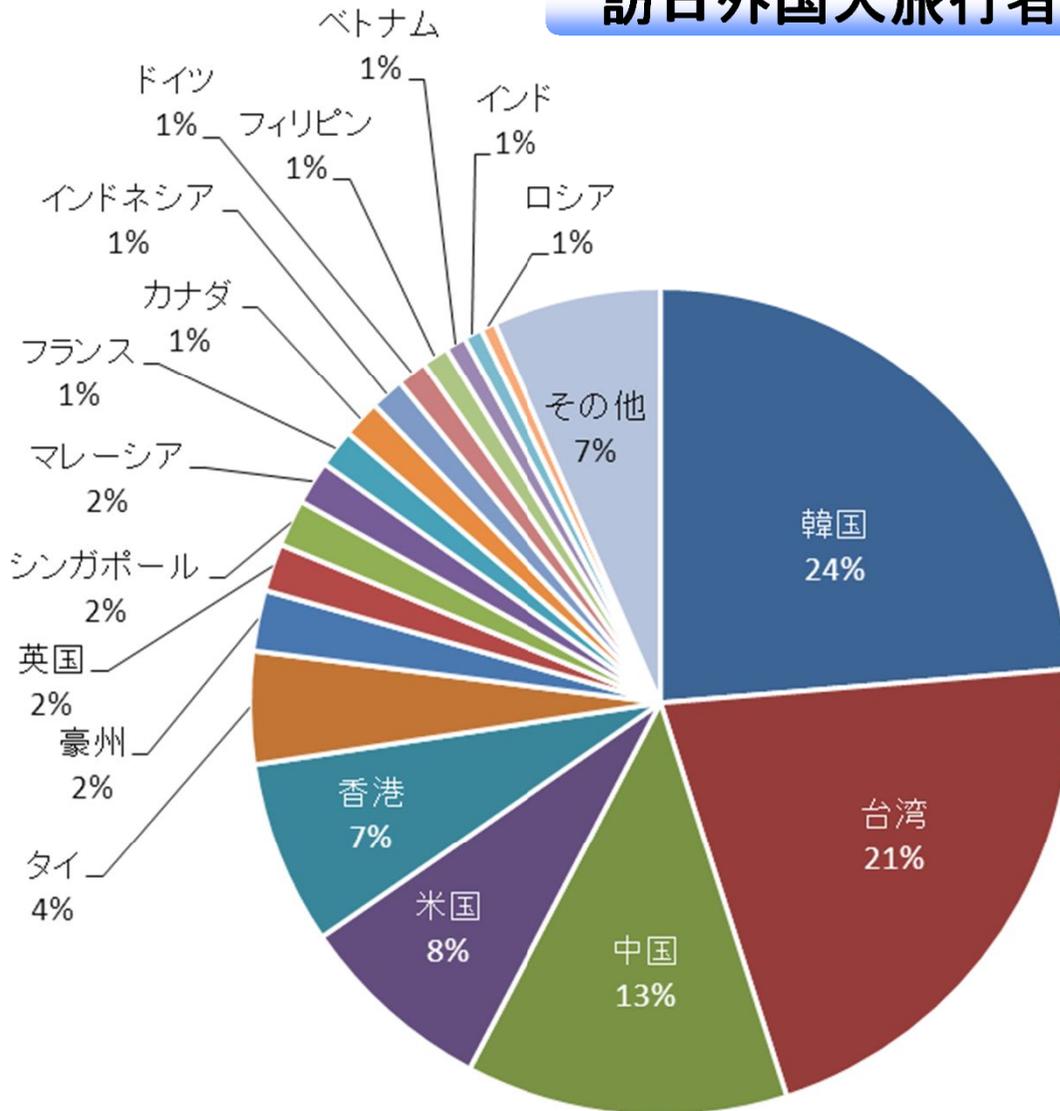
3. 外国人の訪日旅行の状況(2)

2003年/2012年/2013年の状況の比較

国／地域	訪日外国人旅行者数						伸び率(%)	
	2003年 (VJC開始)		2012年		2013年		対2012 年比	対2003 年比
合計	5,211,725	構成比	8,358,105	構成比	10,363,900	構成比	+24.0	+98.9
韓国	1,459,333	28.0%	2,042,775	24.4%	2,456,100	23.7%	+20.2	+68.3
台湾	785,379	15.1%	1,465,753	17.5%	2,210,800	21.3%	+50.8	+181.5
中国	448,782	8.6%	1,425,100	17.1%	1,314,500	12.7%	▲7.8	+192.9
米国	655,821	12.6%	716,709	8.6%	799,200	7.7%	+11.5	+21.9
香港	260,214	5.0%	481,665	5.8%	745,800	7.2%	+54.8	+186.6
タイ	80,022	1.5%	260,640	3.1%	453,600	4.4%	+74.0	+466.8
豪州	172,134	3.3%	206,404	2.5%	244,600	2.4%	+18.5	+42.1
英国	200,543	3.8%	173,994	2.1%	191,900	1.9%	+10.3	▲4.3
シンガポール	76,896	1.5%	142,201	1.7%	189,200	1.8%	+33.1	+146.0
カナダ	126,065	2.4%	135,355	1.6%	152,800	1.5%	+12.9	+21.2
フランス	85,179	1.6%	130,412	1.6%	154,900	1.5%	+18.8	+81.9
マレーシア	65,369	1.3%	130,183	1.6%	176,500	1.7%	+35.6	+170.0
ドイツ	93,571	1.8%	108,898	1.3%	121,800	1.2%	+11.8	+30.2
インドネシア	64,637	1.2%	101,460	1.2%	136,800	1.3%	+34.8	+111.6
インド	47,520	0.9%	68,914	0.8%	75,000	0.7%	+8.8	+57.8
ベトナム	17,094	0.3%	55,156	0.7%	84,400	0.8%	+53.0	+393.7
ロシア	44,512	0.9%	50,176	0.6%	60,500	0.6%	+20.6	+35.9
その他	528,654	10.1%	662,310	7.9%	795,500	7.7%	+20.1	+50.5

3. 外国人の訪日旅行の状況(3)

訪日外国人旅行者の市場別構成比



主要東アジア(韓・中・台・香)市場:
 2003年 56.7% → 2013年 64.9%

主要アジア(韓・台・中・香・泰・星・馬・稲・比・印・越)市場:
 2003年 66.1% → 2013年 76.7%

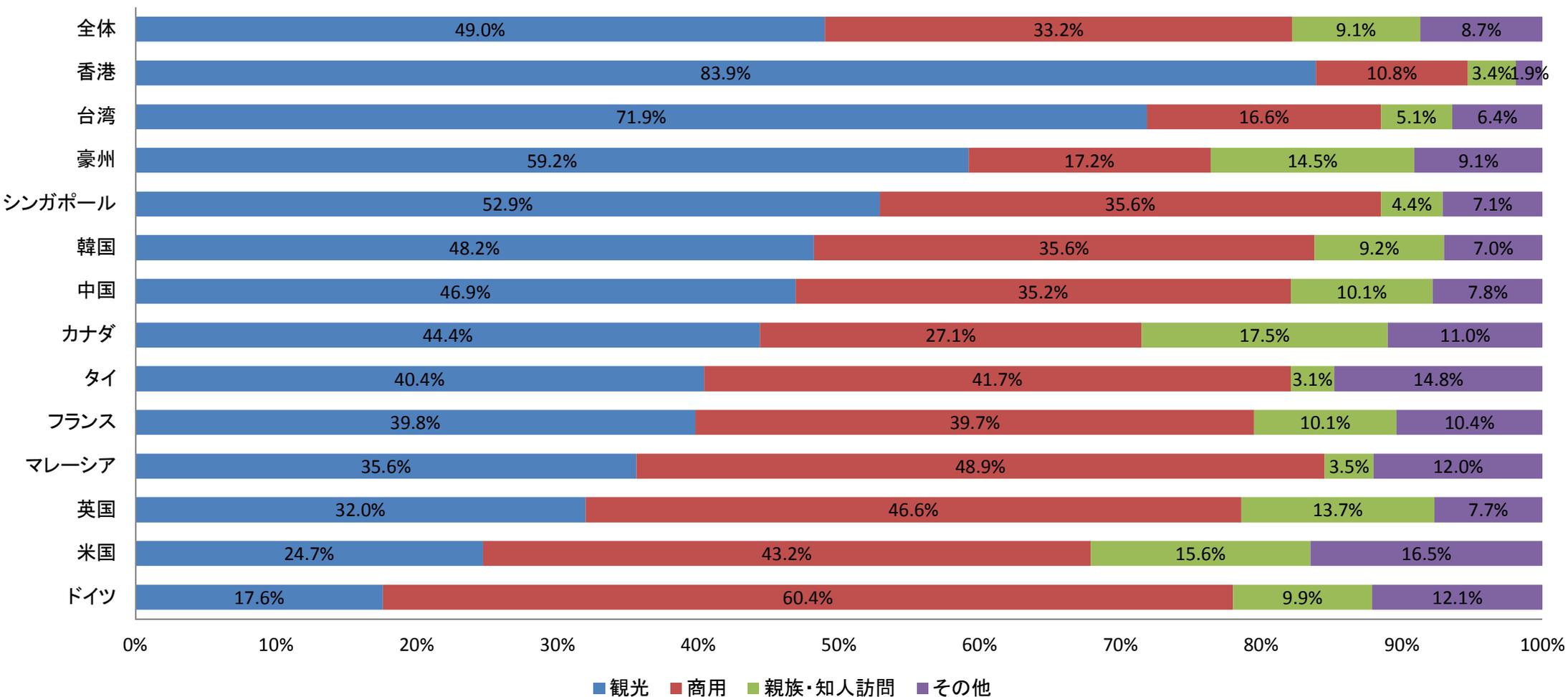
主要北米・欧州・オセアニア(米・豪・英・加・仏・独・露)市場:
 2003年 26.4% → 2013年 16.7%

主要18市場:
 2003年 92.5% → 2013年 93.4%

4. 訪日外国人旅行者の動向

(1) 訪日目的

- 訪日外国人旅行者全体の半分は観光目的。
- 観光の比率が特に高いのは香港、台湾。
- 一方、欧米市場は商用に比べて観光の比率が概して低い（独：17.6%、米：24.7%、英：32.0%）。

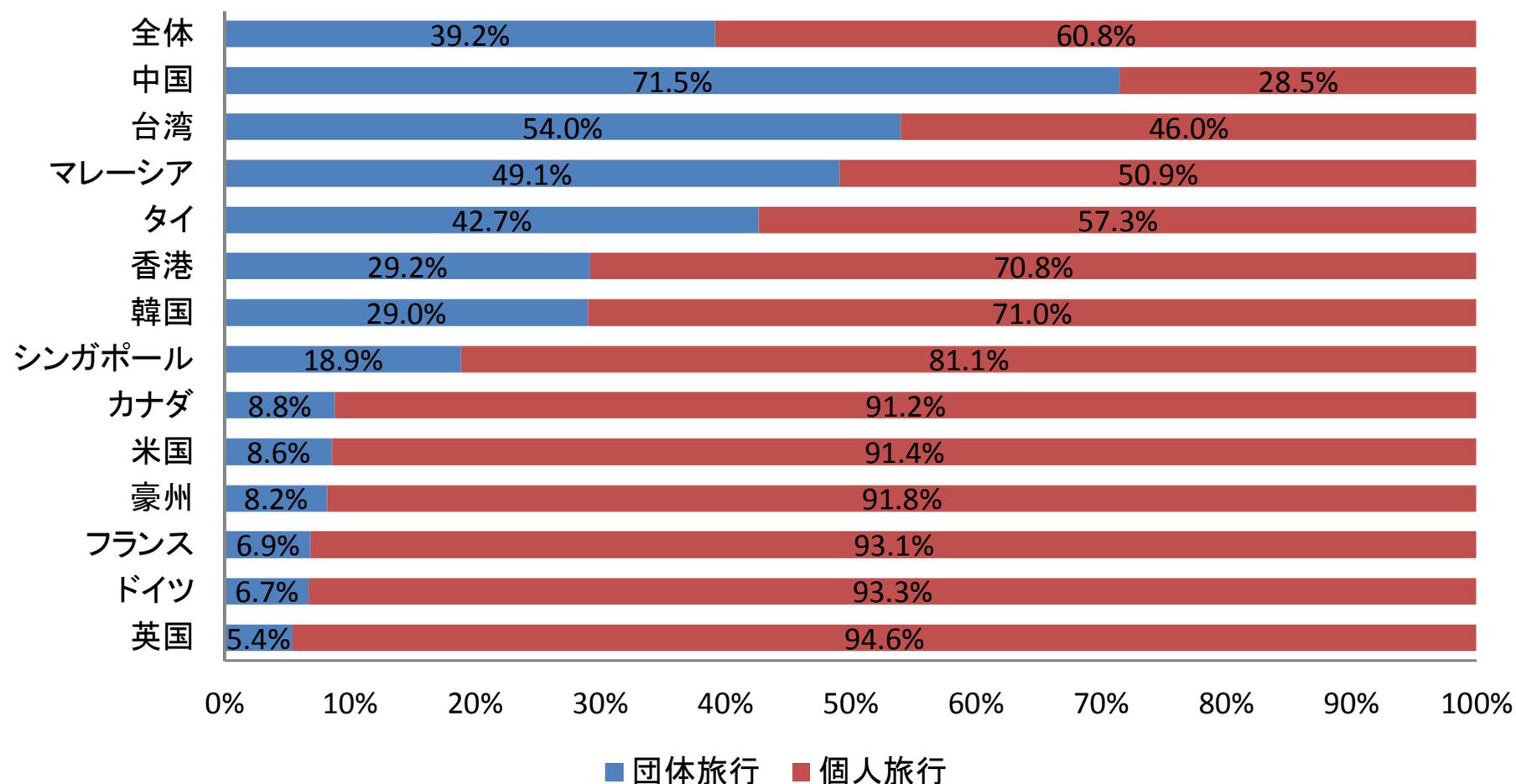


出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成24年

4. 訪日外国人旅行者の動向

(2) 旅行形態

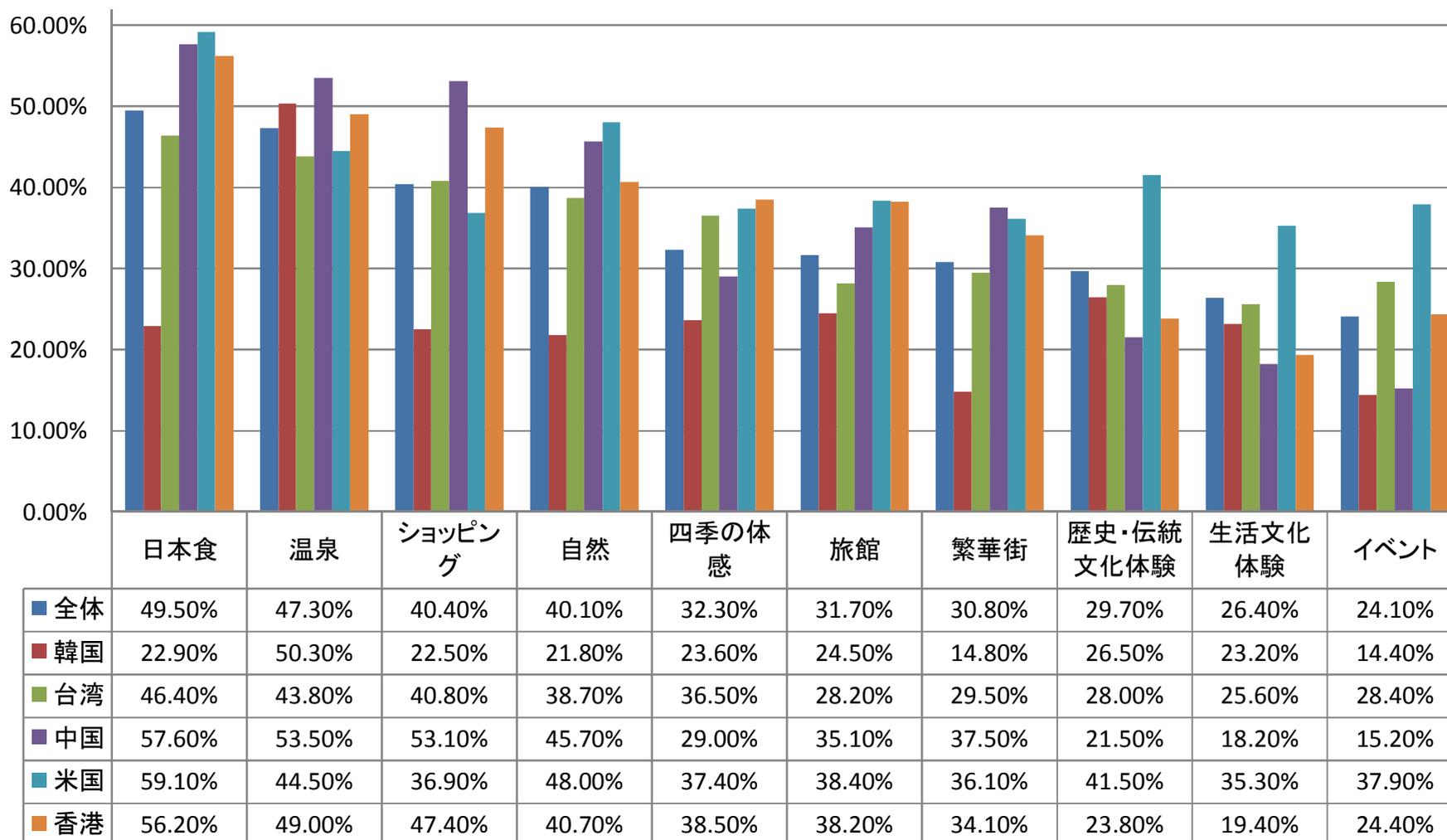
- 観光目的の訪日外国人旅行者全体の6割が個人旅行で訪日。
- 欧米豪市場からの観光客の大半は個人旅行者。
- 一方、中国からの観光客は団体旅行の割合が高い。



出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成24年

4. 訪日外国人旅行者の動向： (3) 訪日旅行の動機

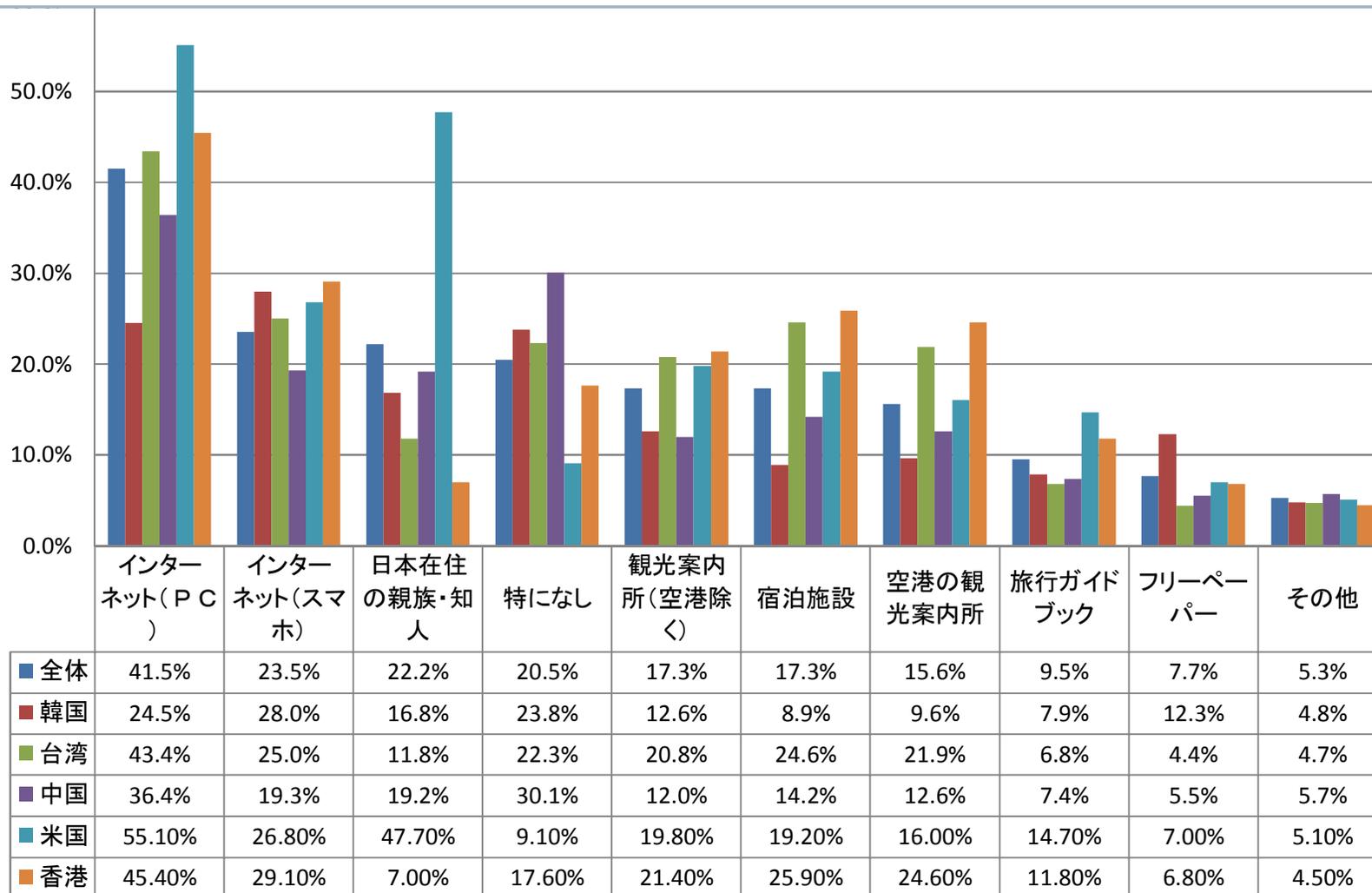
- 全体では、1位：日本食、2位：温泉、3位：ショッピングの順。
- 日本食は、訪日外国人旅行者全体の5割が関心を抱いている。
- 中国からの旅行者はショッピング、米国からの旅行者は歴史・伝統文化体験等にも関心が高い。



出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成24年（項目「次回訪日の際にしたいこと」）

4. 訪日外国人旅行者の動向： (4) 訪日旅行中の情報源

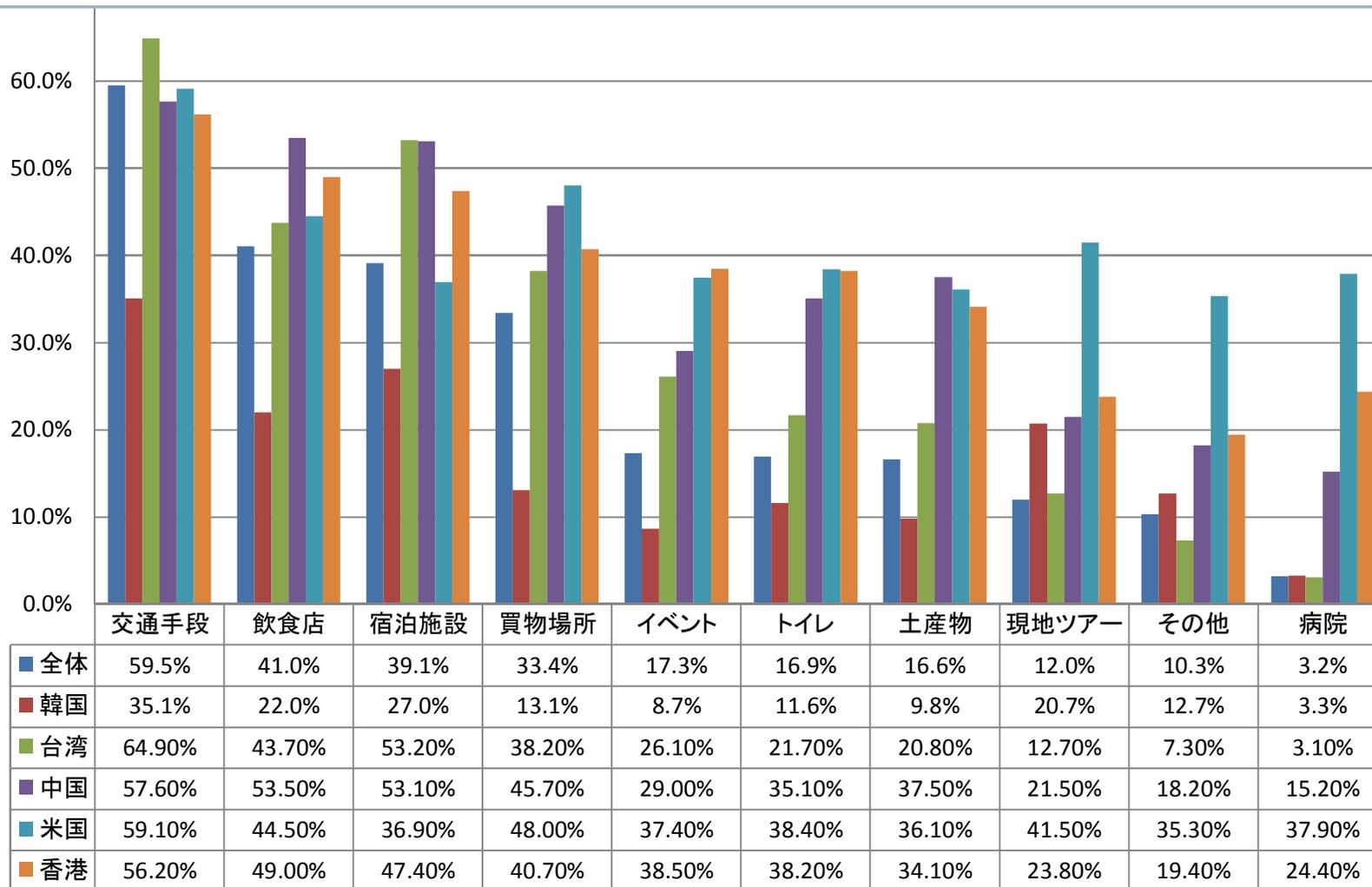
- 全体では、1位：インターネット（PC）、2位：同（スマホ）、3位：日本在住の親族・知人の順。
- インターネットは、訪日外国人旅行者全体の4割が情報収集に利用している。
- 台湾、香港からの旅行者は、宿泊施設や空港の観光案内所も利用する割合が比較的高い。



出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成24年（項目「日本滞在中に役に立った旅行情報源」）

4. 訪日外国人旅行者の動向： (5) 訪日旅行中にあると便利な情報

- 全体では、1位：交通手段、2位：飲食店、3位：宿泊施設の順。
- 交通手段は、訪日外国人旅行者全体の6割が情報を得たいと考えている。
- 米国、香港からの旅行者は、現地ツアーや病院に関する情報も求めている。

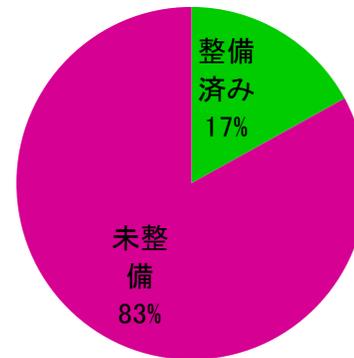


出所：観光庁 訪日外国人消費動向調査 平成24年（項目「日本滞在中にあると便利だと思った情報」）

5. テレビ等での多言語による情報提供(1)

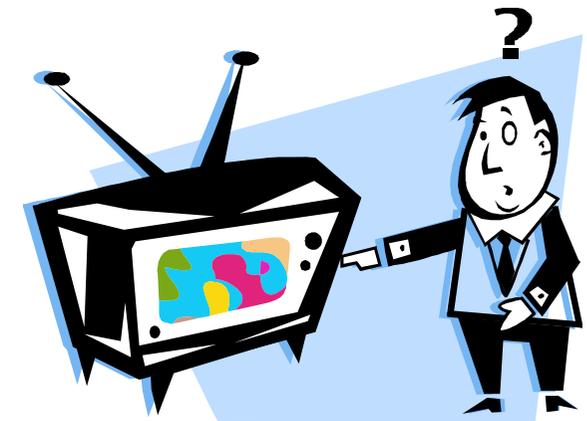
観光立国実現に向けたアクション・プログラム
(平成25年6月11日観光立国推進閣僚会議決定)
＜滞在しやすい環境の整備＞
「ホテル・旅館等の宿泊施設の無料公衆無線LAN、
外国語放送等の普及促進」

宿泊施設での外国語テレビ放送
受信設備の整備状況
(観光庁調べ(2012年8月調査))



日本政府観光局 (JNTO)
外国人向け総合観光案内所 (TIC) での外国人旅行者の声 (一例)

「テレビで英語の吹き替えニュースや天気予報を確認したかった。」
「テレビについて、最低1チャンネルは英語で放送してほしい。」等



5. テレビ等での多言語による情報提供(2)

災害時に活用すべき情報提供手段は、「テレビ・ラジオ等のマスメディア」が最も多い。
(観光庁「災害時における外国人旅行者への情報提供に関する調査事業」報告書より。)

【訪日外国人旅行者メールインタビュー】

＜災害時、訪日外国人への情報提供に使うべき手段＞
(あてはまるものをすべて選んでください)

