

## SEMINAR

## JNTO発

## 外客攻略のヒント

大塚久司 JNTOマドリッド事務所長

vol.105

## スペイン市場の現状と変化

訪日スペイン人旅行者数は19年まで順調な伸びを示していた。そんな成長市場も新型コロナウイルスの影響を受けており、今夏には旅行動向に例年とは異なる変化がみられた。今後の見通しと当所の取り組みについて紹介する。

19年の訪日スペイン人旅行者は14年の2倍以上の13万人に増加した。しかし、当地では3月上旬から新型コロナウイルスの感染が拡大し、3月14日にスペイン政府が発出した警戒事態宣言以降、外出規制や営業規制のほか国境封鎖も行われた。日本政府も渡航中止勧告や水際対策を強化したため、デイリー運航が決まっていたイベリア航空のマドリッド／成田線は運休になった。その後一旦落ち着いたように見えたが、7月下旬から第2波が始まり、一時は欧州で最悪ともいわれる状況となった。10月25日に発出された警戒事態宣言は21年5月9日まで延長が決まっており、春ほど厳しくはないものの移動や営業が制限されている。

そうしたなか、夏のバカンスに変化が見られた。7～8月はスペイン人が1年で最も旅行する時期である。6月21日に警戒事態宣言が解除されると国内移動が完全に自由になり、国境封鎖も段階的に解除された。夏のバカンスに間に合ったため、スペインの旅行業界は落ち込んだ収益を取り返す勢いで臨んだが、今夏はこれまでとは全く違っていった。その特徴は4つにまとめられる。

まず1つ目に、出控えの傾向が見られた。スペイン政府統計局によると、7～8月の国内居住者の旅行宿泊数は前年同期比27%減となった。

次に、予約時期が間際となった。もともと他市場に比べて予約時期が旅行の数カ月前と短いのが、OTA(オンライン旅行会社)のRumboによると、今夏は平均で12日前とさらに短かった。

そして、国内旅行がほとんどで海外旅行先も近

場に限定された。警戒事態宣言解除直前の5月末から6月初頭、観光に関する民間研究機関のobservaturが昨夏に旅行した18歳以上1000人に行った調査によると、「今夏も旅行に行く」と回答した人のうち「国内のみ」は76%となり、昨年の54%から大幅に増加した。また、観光マーケティング会社TravelgateXの「スペイン人旅行者がホテルを予約した海外の都市ランキング」によると、今年1～8月はポルトガルの各都市が上位1～3位を占めた。10位以内にロングホールの旅行先はなく、ロンドン、ローマ、チュニジアといった非常に近い国・都市のみとなった。

最後に、密を避けることである。政府の7～8月宿泊統計では、ホテルが前年同期比65%減と大幅に落ち込んだのに対して民宿は25%増となった。地中海沿岸やカナリア諸島のビーチは例年と変わらず人出が多かったが、人混みの少ない内陸部のプール付き古民家や民宿が人気となった。マリンスポーツやキャンピングカー等を利用したアウトドアが人気との記事も多く見られた。

これらの特徴は今後も続くと考えられ、訪日プロモーションの際には、特に密を避ける点を参考にしなければならない。

## 高評価を生かして情報発信

旅行会社の多くは、3月の警戒事態宣言で外出・移動が規制されたことから、多くの職員のレイオフや解雇、店舗の閉鎖に踏み切った。夏のバカンス



コロナ収束後に早期の回復が見込めるのがハネムーン市場。特設サイトを刷新し、潜在需要に働きかけている

需要を取り込むべく営業を再開した店舗もあったが、第2波を受け、結局、今夏の売り上げは昨夏の1割程度にとどまり、腰折れ状態にある。さらに、第2波や新たな警戒事態宣言を受けて、来春のセマナ・サンタ(イースター休暇)での回復も危うく、来夏に回復が始まれば良い方ではないかとの声も聞かれるなど、生き残りを模索している。

当所は旅行各社に日本がインバウンドの受け入れを再開するまでに求めたいことをヒアリングした。すると、訪日旅行への高い関心を損なわないための継続的な魅力・情報発信や、「日本は治安面でも衛生面でも安心」との高評価を生かした感染状況や新たな規制等についての正確かつわかりやすい情報発信が挙がった。スペイン語対応ガイドの育成、スペイン語のホームページ、パンフレット等の制作と情報発信を求める声もあった。

当所では感染状況やこのような声を考慮し、来年のハイシーズンである7～10月を目標に4つの観点で取り組みを展開している。

第1に、スペインにいながら日本を旅しているかのように感じていただき、訪日旅行に対する関心を維持・喚起するため、SNSを活用して日本各地の魅力・情報を毎日1つずつ投稿している。特に美しい自然や、城や鳥居など歴史・文化を感じさせる建造物を投稿すると、高評価になる傾向がある。訪日旅行の著作があるスペイン人と対談したインスタライブは6000人以上が視聴し、日本在住のスペイン人インフルエンサーによる四国旅行の様子を紹介したストーリーも1万5000回近く再生されるなど、大変好評だった。今後も素材の収集や現地関係機関とのコラボレーションを含め、さまざまな手法で魅力・情報発信を展開したい。



スペイン旅行会社連盟との共同セミナーは聴講者が多く、ニーズが高い。セミナー後も1年間にわたり、特設サイトで閲覧できるようにした

## 収束後を見据え働きかけ

第2に、訪日旅行の情報が得られる接点を増やし、日本に関心があるスペイン人に日本を訪れようと思うきっかけをつくることである。具体的には、日本食レストランや日本食材販売店、日本語教師と連携し、日本各地の観光パンフレットの配布先を拡大している。他方、スペイン語のパンフレットは紙媒体でも十分でなく、デジタル化も視野に入れてスペイン語で作ることをぜひお願いしたい。作成にあたっては、スペイン人の興味や傾向について当所が助言できるので、ぜひご相談いただきたい。

第3に、早い回復が期待されるハネムーン旅行への対応である。挙式やハネムーンを延期するカップルが多く、コロナが収束した時に一気に動き出すことが予想される。JNTOスペイン語サイト上のハネムーン用特設サイトを新たなプロモーション動画とともにリニューアルしたところであり、ぜひご覧いただきたい。

第4に、在スペイン旅行会社に対して将来の商品造成・販売を働きかけている。スペイン旅行会社連盟との共同セミナーを今年度初めてオンラインで開催し、10月から2月にかけて全7回、毎回テーマを変えて実施している。プレゼンターとして、旅行会社、航空会社のほか、日本の地方公共団体や観光協会にも参加いただいている。聴講者は毎回約300人と多く、1年間は特設サイトで録画の閲覧と資料のダウンロードをできるようにしている。

いまは厳しい状況にあるが、早くこの事態が収束し、再びスペイン／日本間で自由に往来できるようになり、読者の皆さまとスペインで一緒に仕事できる日を楽しみに頑張っていきたい。

(次回は1月25日号に掲載します)