

外客攻略のヒント

豊田健 JNTOトロント事務所長

vol.116

カナダ市場に明るい兆し

カナダの海外旅行業界は新型コロナウイルスの流行によって大きな打撃を受け、営業の縮小を余儀なくされるなど、低迷が続いている。しかし、カナダの経済状況は急速な回復を見せ、コロナ収束後の海外旅行に向けて明るい要素も見え始めた。

シンクタンクのカナダ協議委員会(The Conference Board of Canada) が発表した21年1～7月のカナダ人全体の海外渡航者数は、新型コロナウイルス流行前の19年の同時期に比べて92%減の約120万人と大幅に低迷している。当然のことながら、訪日旅行者数についても99%減の約2000人という状況である。

この影響により、カナダの航空業界も大きく低迷しており、日本とカナダを結ぶ航空路線についても大幅な減便となっている。コロナ流行前の19年夏期スケジュールでは、カナダ4都市(トロント、バンクーバー、モントリオール、カルガリー)から週合計40便が運航されていたが、直近の21年10月はバンクーバーから週合計11便のみの運航にとどまっている。

旅行業界も同様の状況にあり、コロナ流行後に約3割の旅行関連企業が営業を一時停止した。いまだにそのままの状態が続いており、営業している企業もかなりの数の職員をレイオフしている状況である。

このようにカナダの海外旅行市場が低迷しているのは、主としてカナダおよび各国の各種渡航制限や水際対策の影響によるものである。だが、デスティネーションカナダ(カナダ観光局)の調べによると、心理的な面でも、いまだに「海外旅行に安心して行ける」と考えている人の比率は約23%にとどまっている。

ここまでカナダ人の海外旅行に関するネガティブな情報を提示してきたが、将来に向けたポジティブ

な面も紹介したい。

日本は将来の旅行先上位

まず、カナダの経済状況についてである。カナダ統計局が発表している各種経済指標(GDP、輸出入、小売売上高等)はコロナの流行が始まった20年4月に大きく落ち込んだが、その後、急速な回復を見せている。21年7～8月はおおむね流行前の水準に戻っており、現在は良好な状態である。なお、20年のカナダ人1人当たりのGDPは4万6550USドルで、日本(4万146ドル)より少々高く、総じてカナダ人は日本人より少し裕福といえる。

さらに、現在、カナダの一般家庭の貯蓄率が急激に上昇しているという事実がある。カナダ統計局によると、コロナ流行以前は可処分所得に対しておおむね2%以下の貯蓄率だったが、流行後は10%以上に上昇しており、20年の蓄積総額は日本円に換算すると約18兆円(国民1人当たり約50万円)に上っている。そして、カナダ大手銀行CIBCの調査では、このお金の今後の使い道として旅行が1位となっている。

次に、海外旅行に向けての条件面であるが、ワクチン接種率の上昇に伴い、今年7月からカナダ人の帰国時の隔離緩和施策が始まっている。具体的には、ワクチンを2回接種済みの人は引き続きコロナ陰性証明は必要ではあるものの、いままで必須となっていた帰国後14日間の自主隔離が免除となった。つまり、条件的に海外旅行に行きやすい状況

●カナダにおける最新の旅行関連トレンドとキーワード

消費者の意識・意向関連	旅行内容・旅行者層関連	旅行手配関連ほか
目的や影響力を考慮した旅行(SDGs等)	スローペースな旅行(長期滞在、滞在型旅行等)	旅行の直前計画、直前予約化
消費意欲、消費者マインドの復活	ローカル地域(地方)への着目	変更手数料の無料化
安全衛生面へのさらなる着目	ウエルネスツーリズム	
ブランド価値、ブランドへの信頼の再認識	若年旅行者層の台頭	デジタルトランスフォーメーションの活用

資料：カナダツーリズム産業協会(Tourism Industry Association of Canada)の発表資料より抜粋

になっているといえる。ちなみにカナダのワクチン接種率は、2回接種済みが73%と世界でもトップレベルである。

海外旅行に安心して行けると考えている人は約23%と少なめであるとはいえ、コロナ収束後の将来的な旅行に向けては、非常にポジティブな傾向が明らかになっている。大手旅行会社のフライトセンターが実施したアンケート調査によると、85%のカナダ人が将来的にはコロナ流行前と同等かそれ以上に旅行に行きたいと考えているという結果が出た。このことから、将来的な海外旅行需要は、経済状況、金銭面、条件面、心理面のそれぞれの側面において、非常にポジティブであると考えられる。

なお、将来的な海外旅行の行き先について、グローバルにおける7月の海外旅行先の検索数で日本は世界8位となり、アジアではインドに次ぐ2位となった。このことから、日本はとて高い位置にあると考えられる。

米豪英に次ぐ4位の訪日数

ここからは、今後のカナダマーケットに対する取り組みへの参考として、カナダの概要を再確認しつつ、最新の旅行トレンドやキーワードを紹介していきたい。

現在のカナダの人口は約3800万人で、日本の首都圏とほぼ同数である。その3分の1は出生国が他国である事実から見ても、移民を積極的に受け入れている国で、人口も増加中だ。住民の大多数は米国国境に近いエリアに住んでおり、トロントのあるオンタリオ州、バンクーバーのあるブリティッシュコロンビア州、モントリオールのあるケベック州

(フランス語圏)に人口が集中している。これまでの訪日客もこの3州からが大部分を占めている。

公用語は英語とフランス語の2言語で、基本的に英語を話す国民が多数だが、日常的にフランス語を話す国民もケベック州を中心に700万人ほど存在している。そのほか、中国語を話す中華系の移民とその子孫も特にトロントとバンクーバーを中心に多数いて、訪日客の一定数を占めている。このような人々は本国への里帰りの途中に日本に立ち寄るケースもある。こうしたことから、訪日プロモーションと旅行者受け入れの際は、英語のみならず、フランス語や中国語(簡体字・繁体字)の各種素材の活用を考慮したい。

また、実際の訪日旅行者数はコロナ流行前までは順調に増加を続けており、19年には年間約37万5000人と欧米豪マーケットの中で米国、豪州、英国に次ぐ4番目の規模だった。なお、人口に対する比率は豪州に次ぐ2位である。カナダはこのようなもとと訪日旅行者数に一定のボリュームがあり、今後のポテンシャルも含めて、コロナ収束後に積極的に取り組む価値のあるマーケットの1つと考えられる。

最後に、コロナ流行後のカナダにおける旅行に関するトレンドとキーワードを表にまとめた。消費者の意識や意向、旅行内容、旅行者層、旅行手配等について、コロナ流行前とは異なる傾向が見受けられる。これらのトレンドとキーワードはカナダの消費者のみならず、世界的な動向と一致している。今後も流動的な状況が続くと思われるが、このレポートをポストコロナの訪日マーケティングおよびプロモーション戦略構築の一助としていただければ幸甚である。

(次回は12月13日号に掲載します)