

平成 24 年度ビジット・ジャパン案内所研修会

パネルディスカッション参考資料

目次

市場別基礎データ

韓国	P. 1
中国	P. 2
台湾	P. 3
香港	P. 4
タイ	P. 5
シンガポール	P. 6
マレーシア	P. 7
インドネシア	P. 8
オーストラリア	P. 9
米国	P. 10
カナダ	P. 11
英国	P. 12
フランス	P. 13
ドイツ	P. 14

外国人旅行者の迎え方

韓国	P. 15
中国	P. 16
台湾	P. 18
香港	P. 19
タイ	P. 21
シンガポール	P. 22
マレーシア	P. 24
オーストラリア	P. 26
米国	P. 27
英国	P. 29
フランス	P. 30
ドイツ	P. 31

平成 25 年 2 月 21 日



日本政府観光局 (JNTO)
Japan National Tourism Organization

韓国 の基礎データ

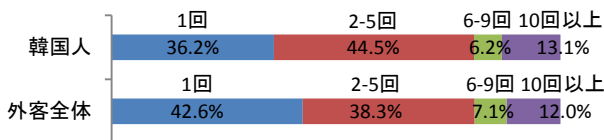
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	49,006,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	22,778 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
韓国人出国者数	12,488,364人(2010)、12,693,703人(2011)	韓国観光公社(KTO)
外国人訪問者数	9,794,796 人 (2011)	韓国観光公社(KTO)
訪日旅行者数 *1	1,658,073人(2011)、2,044,300人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	3,289,051 人 (2011)	韓国観光公社(KTO)

*1 2012年は推計値

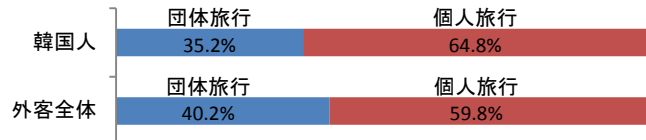
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



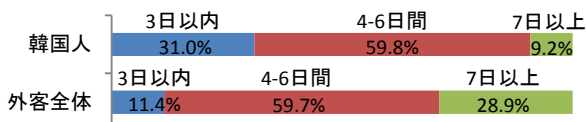
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

1位	福岡県	35.1%
2位	大阪府	25.1%
3位	東京都	19.8%
4位	大分県	17.7%
5位	京都府	13.4%

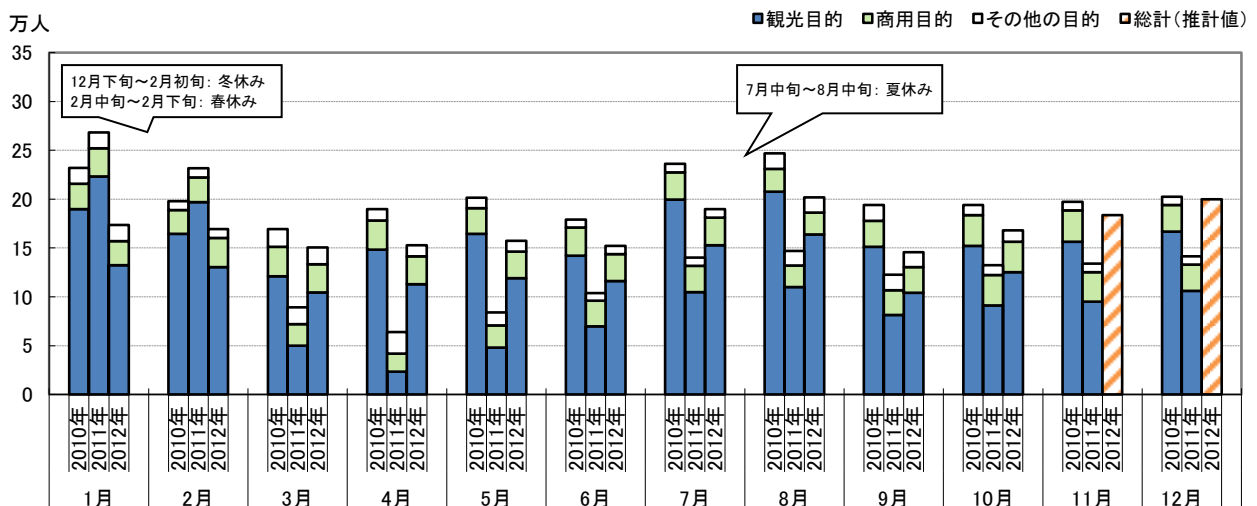
■ アジア各国・地域への韓国人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	2,600,694	2,382,397	1,586,772	2,439,816	1,658,073
中国	4,776,752	3,960,392	3,197,500	4,076,400	4,185,400
香港	876,231	904,320	618,694	891,024	1,020,996
タイ	1,083,652	889,210	618,227	805,445	1,006,283
フィリピン	653,310	611,629	497,936	740,622	925,204
ベトナム	486,374	449,237	362,115	495,902	535,700

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日韓国人数の推移



*旧正月は、2010年が2月中旬、2011年が2月初旬、2012年が1月下旬であった。

中国の基礎データ

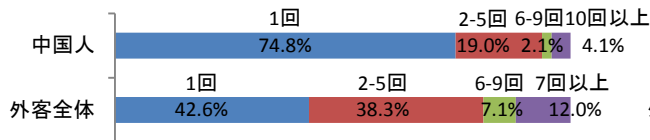
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	1,348,121,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	5,414 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
中国人出国者数 *1	47,656,000人(2009)、57,386,500人(2010)	中国国家旅遊局(CNTA)
外国人訪問者数 *2	27,112,000 人 (2011)	中国国家旅遊局(CNTA)
訪日旅行者数 *3	1,043,246人(2011)、1,430,000人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	3,658,200 人 (2011)	中国国家旅遊局(CNTA)

*1 香港、マカオを含む。*2 香港、マカオ、台湾を除く。*3 2012年は推計値

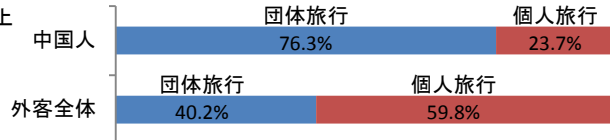
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



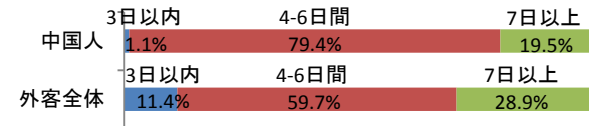
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	75.0%
2位	大阪府	69.7%
3位	京都府	37.5%
4位	愛知県	32.2%
5位	神奈川県	29.9%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

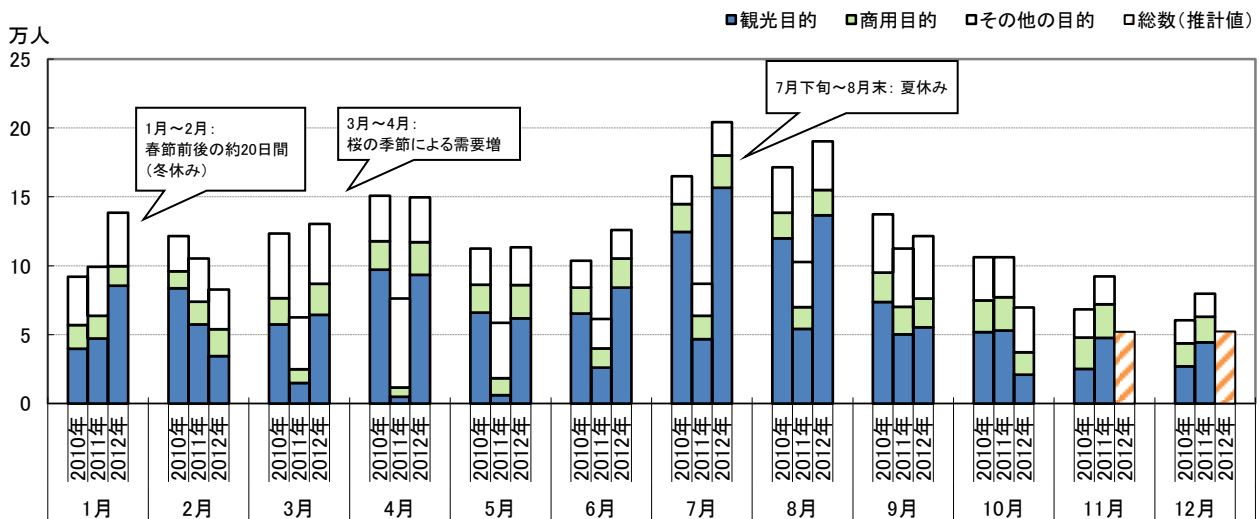
■ アジア各国・地域への中国人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	942,439	1,000,416	1,006,085	1,412,875	1,043,246
韓国	1,068,925	1,167,891	1,342,317	1,875,157	2,220,196
台湾	NA	329,204	972,123	1,630,735	1,784,185
タイ	1,003,141	826,660	777,508	1,122,219	1,721,247
シンガポール	1,113,821	1,078,637	936,727	1,171,337	1,577,522
ベトナム	558,719	650,055	527,610	905,360	1,416,804

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日中国人数の推移



* 春節は、2010年が2月中旬、2011年が2月初旬、2012年が1月下旬であった。

台湾の基礎データ

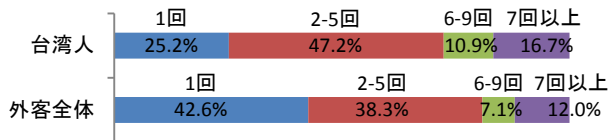
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	23,225,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	20,101 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
台湾人出国者数	9,415,074人(2010)、9,583,873人(2011)	台湾交通部観光局
外国人訪問者数	6,087,484 人 (2011)	台湾交通部観光局
訪日旅行者数 *1	993,974人(2011)、1,466,700人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	1,294,758 人 (2011)	台湾交通部観光局

*1 2012年は推計値

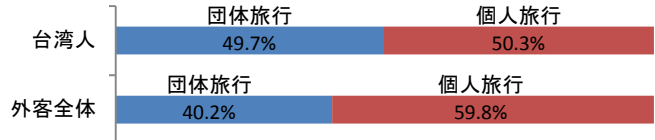
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



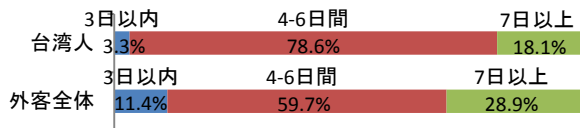
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	36.5%
2位	大阪府	24.3%
3位	北海道	18.5%
4位	京都府	16.2%
5位	千葉県	9.4%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

■ アジア各国・地域への台湾人訪問者数

(人)

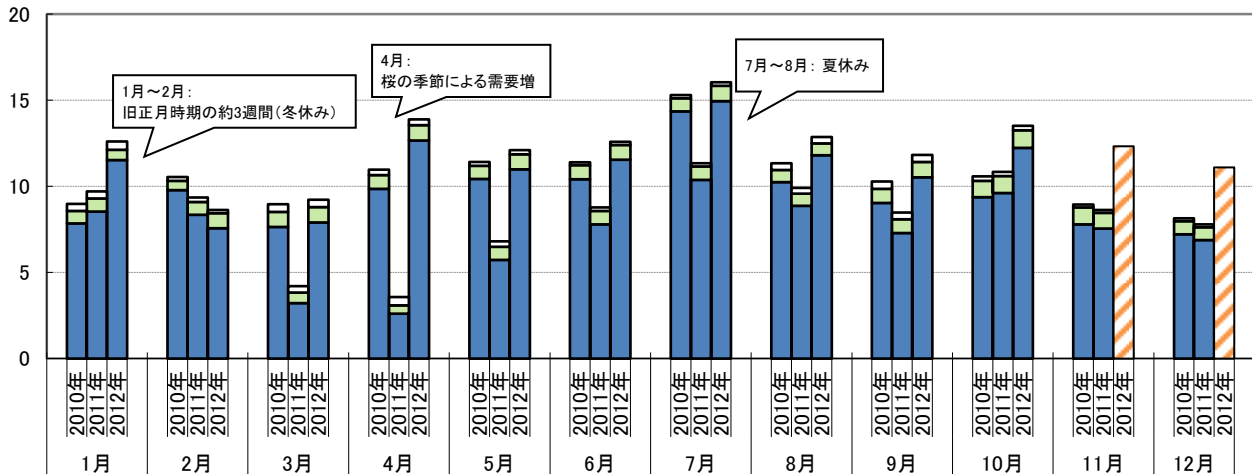
訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	1,385,255	1,390,228	1,024,292	1,268,278	993,974
中国	4,627,881	4,385,591	4,484,000	5,140,600	5,263,000
香港	2,238,731	2,240,481	2,009,644	2,164,750	2,148,733
マカオ	1,444,082	1,315,865	1,292,551	1,292,734	1,215,162
タイ	427,033	393,176	362,783	369,220	447,610
韓国	335,224	320,244	380,628	406,352	428,208

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日台湾人数の推移

万人

■ 観光目的 ■ 商用目的 □ その他の目的 ■ 総計(推計値)



* 旧正月は、2010年が2月中旬、2011年が2月初旬、2009年が1月下旬であった。

香港の基礎データ

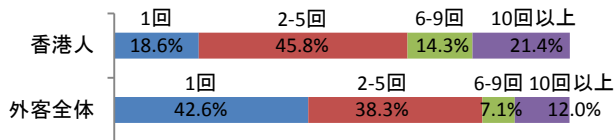
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	7,146,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	34,049 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
香港人出国者数 *1	6,824,377人(2010)、7,130,199人(2011)	香港政府観光局(HKTB)
外国人訪問者数 *2	22,316,073 人 (2011)	香港政府観光局(HKTB)
訪日旅行者数 *3	364,865人(2011)、481,800人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	1,283,687 人 (2011)	香港政府観光局(HKTB)

*1 航空機による出国者数。*2 一泊以上の訪問客、うち中国本土13,599,768人、マカオ281,678人、台湾を含む海外客8,434,627人。*3 2012年は推計値

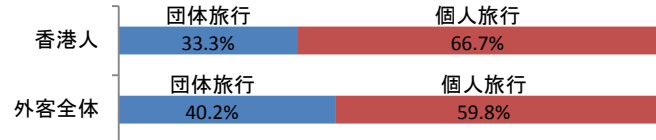
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



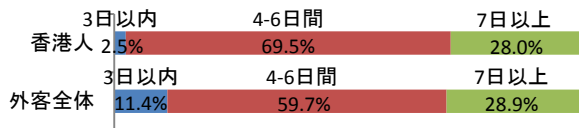
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	40.7%
2位	大阪府	26.2%
3位	沖縄県	15.5%
4位	北海道	13.2%
5位	京都府	7.8%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

■ アジア各国・地域への香港人訪問者数

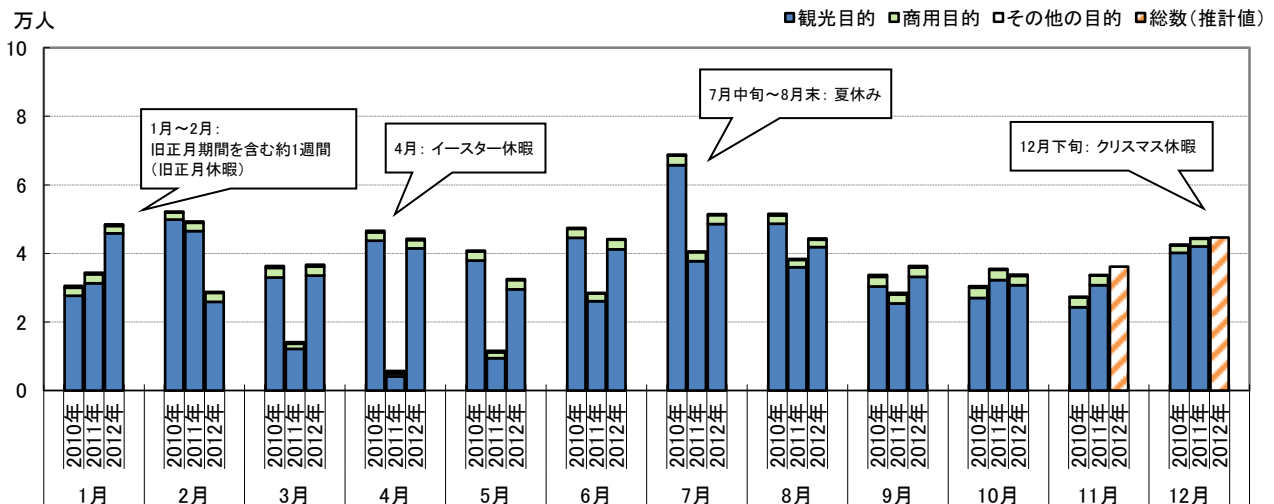
(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	432,042	550,190	449,568	508,691	364,865
台湾	491,437	618,667	718,806	794,362	817,944
シンガポール	302,108	278,106	294,399	387,552	464,375
タイ	448,057	337,827	318,762	316,476	411,834
韓国	140,106	160,325	215,769	228,582	280,849
フィリピン	111,948	116,653	122,786	133,746	112,106

参考: 2011年の日帰り客を含む中国大陸訪問への者は79,357,700人、マカオへは7,582,923人。

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日香港人数の推移



* 旧正月は、2010年が2月中旬、2011年が2月初旬、2012年が1月下旬、であった。

タイの基礎データ

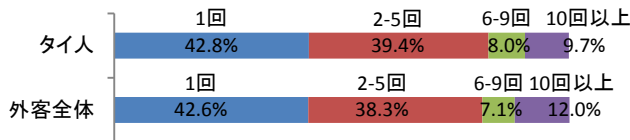
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	63,878,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	4,992 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
タイ人出国者数	5,511,366 人 (2011)	タイ国スポーツ観光省
外国人訪問者数	19,230,470 人 (2011)	タイ国スポーツ観光省
訪日旅行者数 *1	144,969人(2011)、260,800人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	1,127,893 人 (2011)	タイ国スポーツ観光省

*1 2012年は推計値

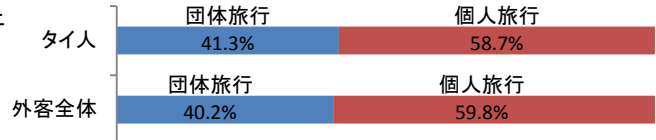
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



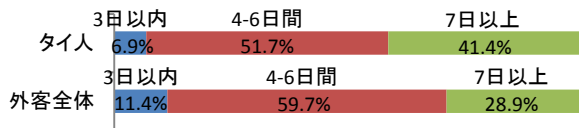
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	78.2%
2位	大阪府	30.0%
3位	京都府	20.4%
4位	愛知県	13.8%
5位	山梨県	13.5%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

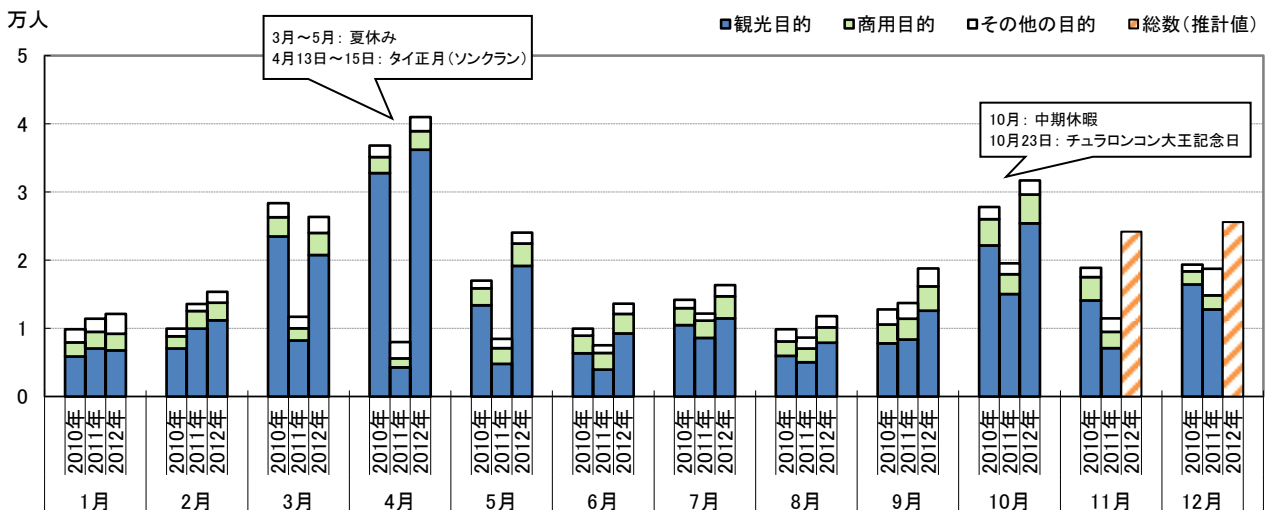
■ アジア各国・地域へのタイ人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	167,481	191,881	177,541	214,881	144,969
マレーシア	1,625,698	1,493,789	1,449,262	1,458,678	1,442,048
中国	611,615	554,275	541,800	635,500	608,000
香港	387,219	403,301	387,728	449,812	480,497
シンガポール	353,416	333,905	317,905	430,022	472,708
韓国	146,792	160,687	190,972	260,718	309,143

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日タイ人数の推移



シンガポールの基礎データ

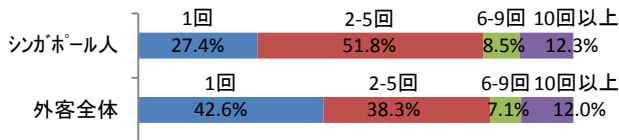
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	5,274,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	49,271 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
シンガポール人出国者数 *1	7,342,276人(2010)、7,752,926人(2011)	シンガポール入国管理事務所
外国人訪問者数 *2	13,171,303 人 (2011)	シンガポール政府観光局(STB)
訪日旅行者数 *3	111,354人(2011)、142,200人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	656,417 人 (2011)	シンガポール政府観光局(STB)

*1 陸路によるマレーシアへの旅行者が含まれていない。*2 陸路で入国したマレーシア居住の旅行者が除かれている。*3 2012年は推計値

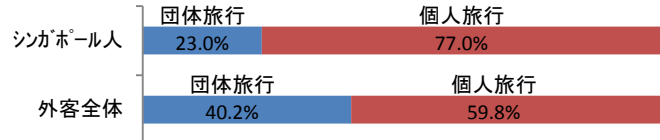
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



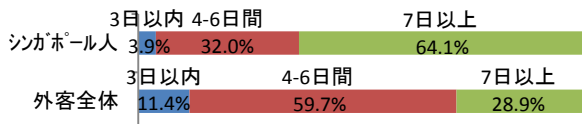
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	58.0%
2位	千葉県	21.2%
3位	北海道	16.5%
4位	大阪府	13.0%
5位	神奈川県	12.8%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

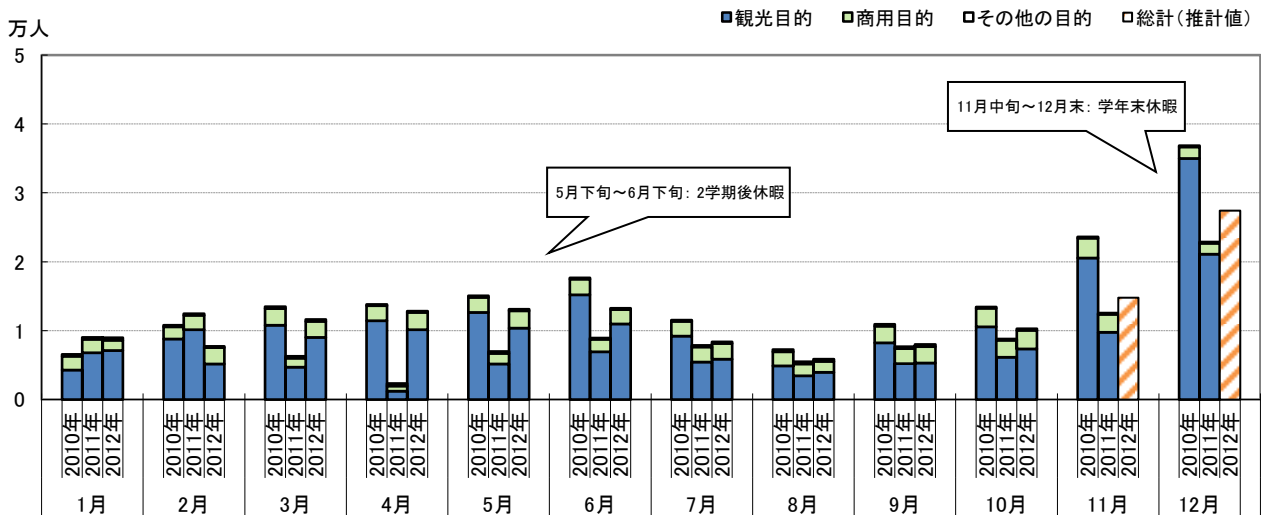
■ アジア各国・地域へのシンガポール人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	151,860	167,894	145,224	180,960	111,354
マレーシア	10,492,692	11,003,492	12,733,082	13,042,004	13,372,647
中国	922,021	875,826	889,500	1,003,700	1,063,000
オーストラリア	263,800	270,800	285,400	308,000	318,500
台湾	204,494	205,449	194,523	241,334	299,599
韓国	93,951	95,960	96,622	112,855	124,565

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日シンガポール人数の推移



* 旧正月は、2010年が2月中旬、2011年が2月初旬、2012年が1月下旬であった。

マレーシア の基礎データ

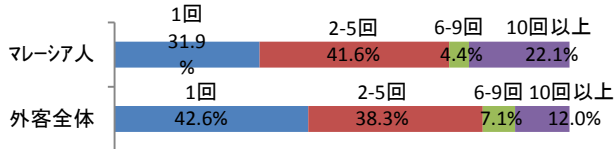
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	28,731,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	9,700 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
マレーシア人出国者数	32,200,550人(2003)、30,761,000人(2004)	世界観光機関
外国人訪問者数	24,714,324 人 (2011)	マレーシア政府観光局
訪日旅行者数 *1	81,516人(2011)、130,300人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	386,974 人 (2011)	マレーシア政府観光局

*1 2012年は推計値

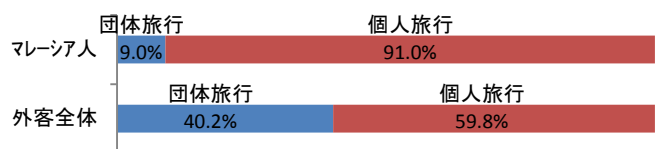
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年10月-12月期版)』)



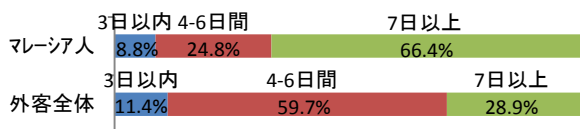
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年10月-12月期版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年10月-12月期版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年10月-12月期版)』)

1位	東京都	71.4%
2位	大阪府	35.7%
3位	京都府	28.6%
4位	山梨県	17.9%
5位	千葉県	14.3%
5位	京都府	14.3%

■ アジア各国・地域へのマレーシア人訪問者数

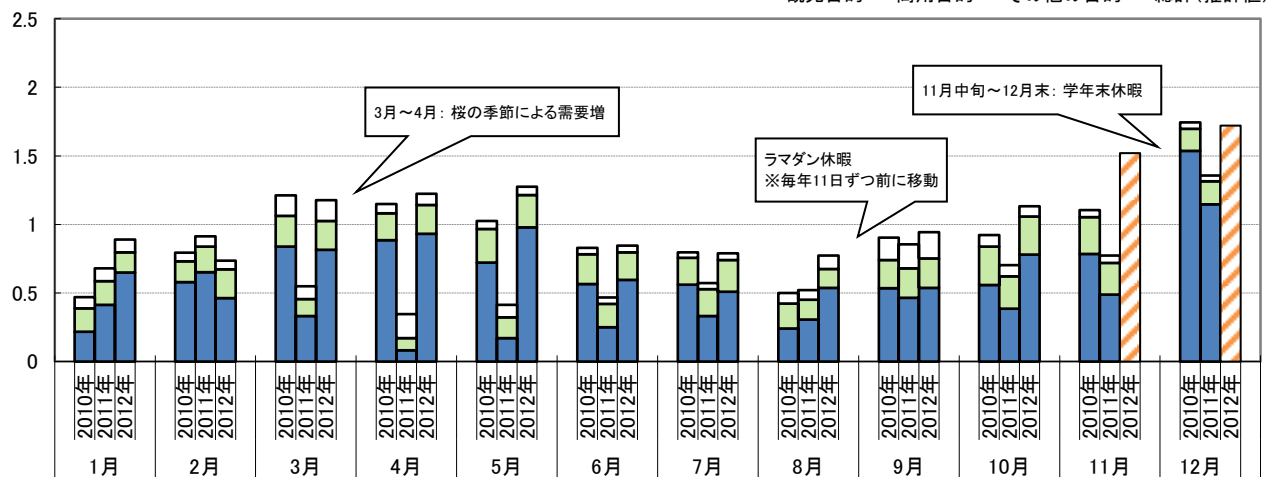
(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	100,890	105,663	89,509	114,519	81,516
中国	1,061,965	1,040,494	1,059,000	1,245,200	1,245,100
シンガポール	645,774	647,480	764,309	1,036,918	1,140,935
台湾	141,308	155,783	166,987	285,734	307,898
オーストラリア	159,500	171,100	211,500	236,900	241,200
韓国	83,049	83,754	80,105	113,675	156,281

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日マレーシア人数の推移

万人



*ラマダン休暇は、2010年が9月中旬、2011年が8月下旬～9月上旬、2012年が8月中旬であった。なお、ラマダンは毎年11日ずつ早まっていく。

インドネシア の基礎データ

©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	241,030,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	3,509 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
インドネシア人出国者数	5,053,000人(2009)、6,235,000人(2010)	世界観光機関
外国人訪問者数	7,002,944 人 (2010)	インドネシア統計局
訪日旅行者数 *1	61,911人(2011)、101,600人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	418,971 人 (2010)	インドネシア統計局

*1 2012年は推計値

■観光客のプロフィール

中華系富裕層がメイン。インドネシア系も伸長。

■観光客の旅行形態

団体での家族旅行が主流。FITも徐々に伸長。

■観光客の訪日動機

ショッピング、テーマパーク、自然景観(桜・雪)、日本食

■都道府県別訪問率(訪日客全体)

1位	東京都	65.9%
2位	大阪府	23.1%
3位	京都府	15.4%
4位	千葉県	14.3%
5位	神奈川県	13.2%

(出典:2010年JNTO訪問地調査)

■アジア各国・地域へのインドネシア人訪問者数

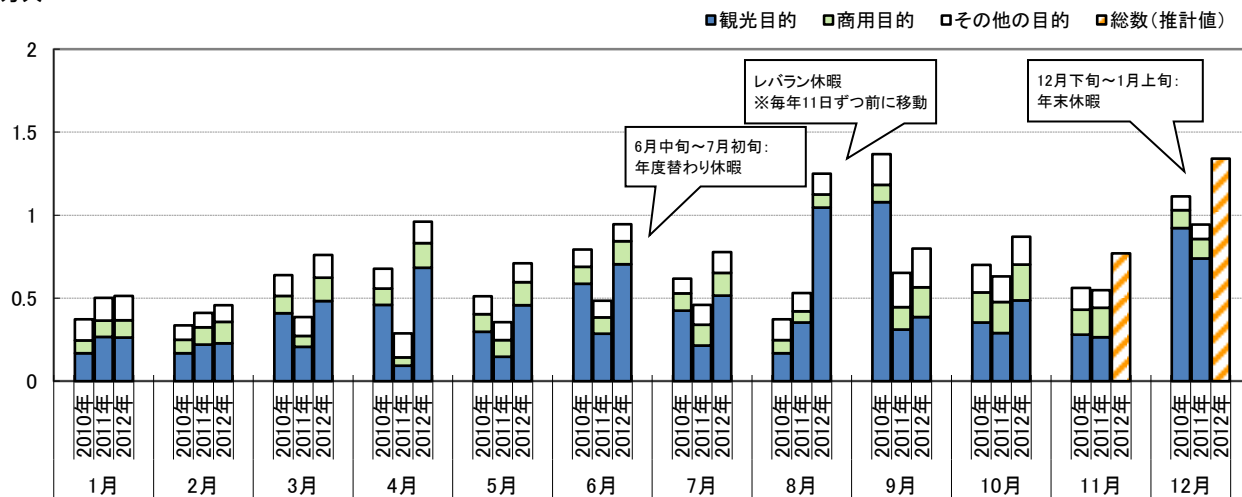
(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	64,178	66,593	63,617	80,632	61,911
中国	477,109	426,251	469,000	573,400	608,700
香港	366,217	348,938	353,631	453,235	520,795
台湾	95,572	110,420	106,612	123,834	156,281
オーストラリア	89,100	94,400	109,000	124,000	140,400
韓国	67,450	81,001	80,988	95,239	124,474

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■月・年別 訪日インドネシア人数の推移

万人



*レバラン休暇とは、ラマダン明けの休暇で、2010年が9月中旬、2011年が8月下旬~9月上旬、2012年が8月中旬であった。なお、ラマダンは毎年11日ずつ早まっていく。

豪州の基礎データ

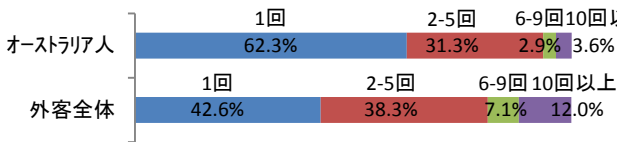
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	22,729,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	65,477 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
オーストラリア人出国者数	7,111,400人(2010)、7,795,100人(2011)	豪州政府統計局
外国人訪問者数	5,875,300 人 (2011)	オーストラリア政府観光局
訪日旅行者数 *1	162,578人(2011)、206,600人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	332,700 人 (2011)	オーストラリア政府観光局

*1 2012年は推計値

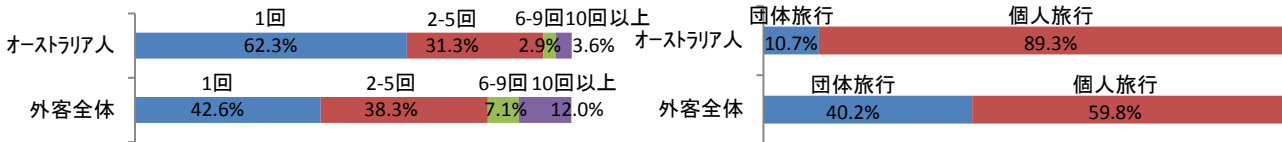
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



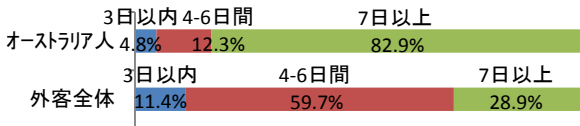
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

1位	東京都	77.0%
2位	京都府	47.0%
3位	大阪府	33.3%
4位	広島県	23.4%
5位	神奈川県	13.5%

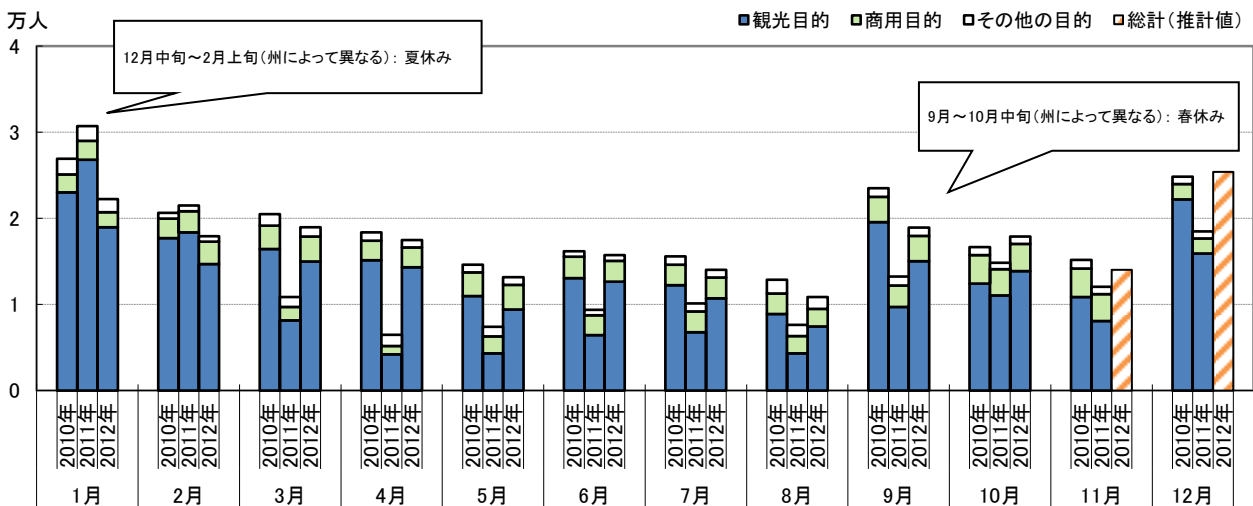
■ アジア各国・地域への豪州人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	222,518	242,031	211,659	225,751	162,578
シンガポール	768,391	833,146	830,249	880,486	956,039
インドネシア	314,432	450,178	584,437	771,792	931,109
タイ	638,126	694,473	646,705	698,046	829,855
中国	607,364	571,534	561,500	661,300	726,200
香港	633,599	643,538	600,085	650,681	644,596

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日豪州人数の推移



米国の基礎データ

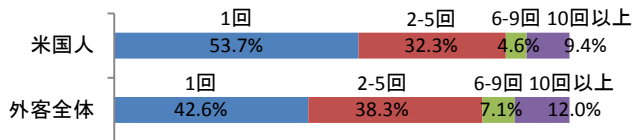
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	311,946,000 人 (2011)	米国国勢調査局(U.S. Census Bureau)
国民一人当たりのGDP	48,387 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
米国人出国者数 *1	28,506,623人(2009)、27,023,008人(2010)	米国商務省貿易管理局(USITA)
外国人訪問者数	62,325,157 人 (2011)	米国商務省貿易管理局(USITA)
訪日旅行者数 *2	565,887人(2011)、717,300人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	3,249,569 人 (2011)	米国商務省貿易管理局(USITA)

*1 カナダ、メキシコへの旅行者を除く海外旅行者。 *2 2012年は推計値

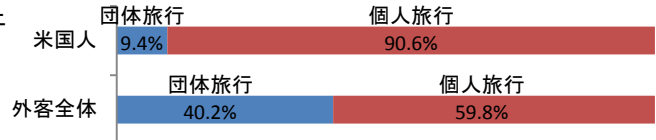
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



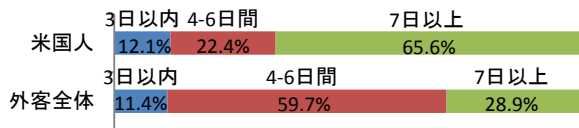
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	73.9%
2位	京都府	38.4%
3位	大阪府	19.9%
4位	神奈川県	12.9%
5位	千葉県	11.4%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

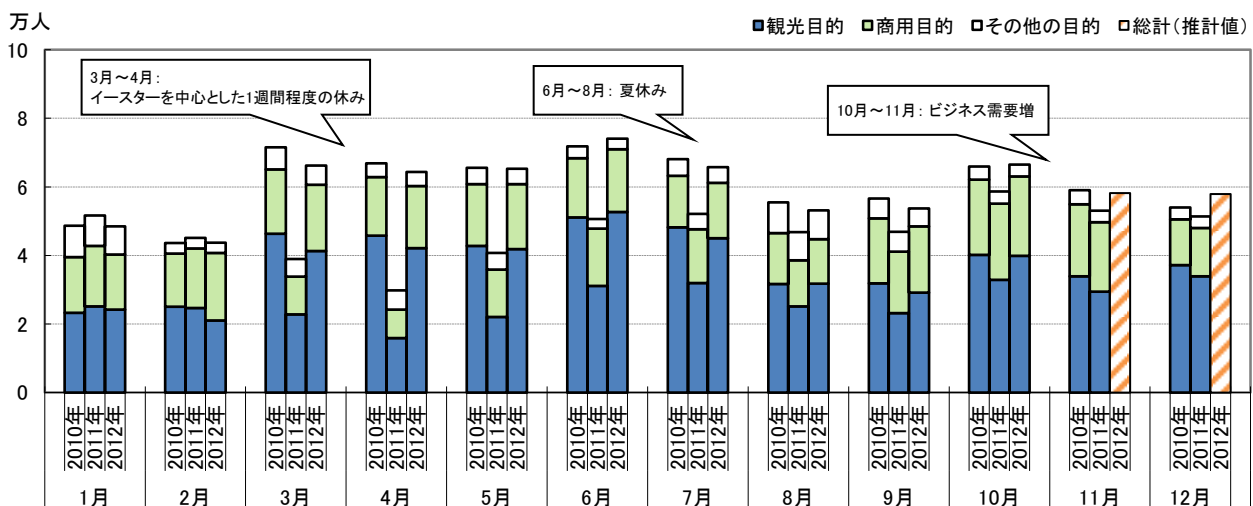
■ アジア各国・地域への米国人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	815,882	768,345	699,919	727,234	565,887
中国	1,901,221	1,786,448	1,709,800	2,009,600	2,116,100
香港	1,230,927	1,146,364	1,070,073	1,171,419	1,212,336
タイ	623,638	669,097	627,074	611,792	681,748
韓国	587,324	610,083	611,327	652,889	661,503
フィリピン	578,983	578,246	582,537	600,165	624,527

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日米国人数の推移



カナダの基礎データ

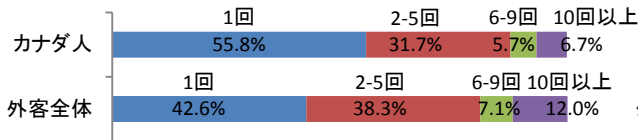
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	34,437,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	50,436 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
カナダ人海外旅行者数 *1	8,716,917人(2010)、9,108,421人(2011)	カナダ統計局
外国人訪問者数 *2	4,455,634 人 (2011)	カナダ統計局
訪日旅行者数 *3	101,299人(2011)、135,600人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	218,813 人 (2011)	カナダ統計局

*1 米国への旅行者を除く。*2 国境観光を除く。*3 2012年は推計値

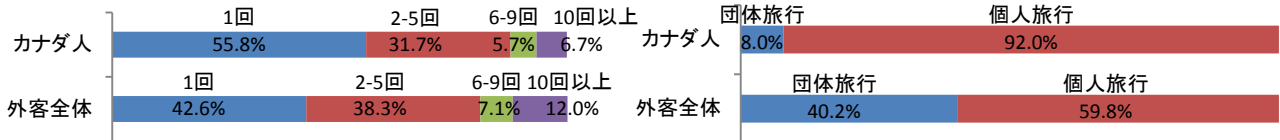
■訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



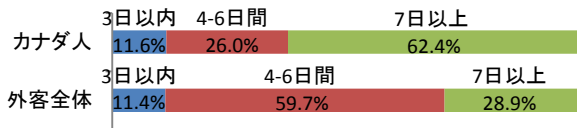
■旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■都道府県別訪問率(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

1位	東京都	78.3%
2位	京都府	36.5%
3位	大阪府	22.7%
4位	神奈川県	12.3%
5位	広島県	11.2%

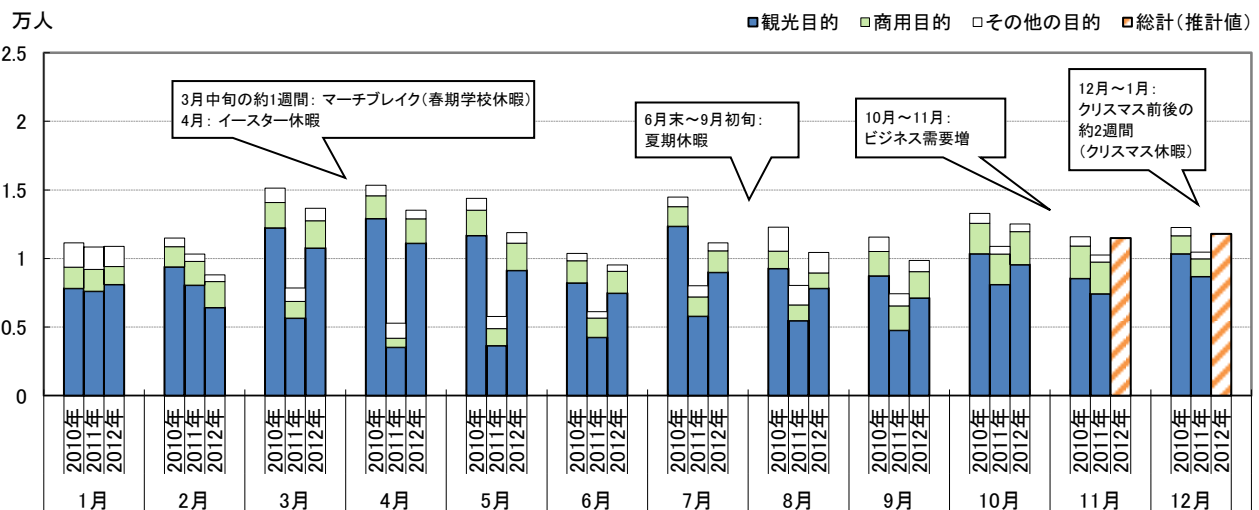
■アジア各国・地域へのカナダ人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	165,993	168,307	152,756	153,303	101,299
中国	577,220	534,712	550,300	685,300	748,000
香港	395,167	379,046	361,922	404,252	410,591
タイ	149,763	180,900	169,482	168,393	194,356
韓国	98,116	104,022	109,249	121,214	122,223
フィリピン	91,308	102,381	99,012	106,345	117,423

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■月・年別 訪日カナダ人数の推移



英国の基礎データ

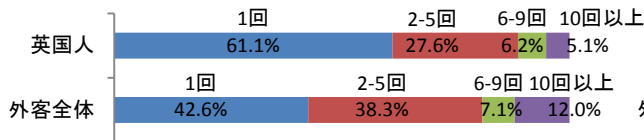
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	62,644,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	38,592 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
英国人出国者数	55,562,000人(2010)、56,050,000人(2011)	英国国家統計局
外国人訪問者数	30,610,000 人 (2011)	英国国家統計局
訪日旅行者数 *1	140,099人(2011)、174,200人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数 *2	237,000 人 (2011)	英国国家統計局

*1 2012年は推計値。*2 国籍ではなく居住地に基づき集計した数値。

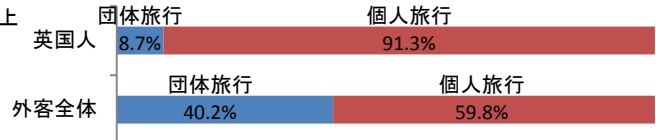
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



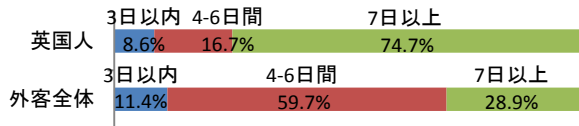
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	87.2%
2位	京都府	40.7%
3位	大阪府	17.7%
4位	広島県	15.9%
5位	神奈川県	14.2%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

■ アジア各国・地域への英国人訪問者数

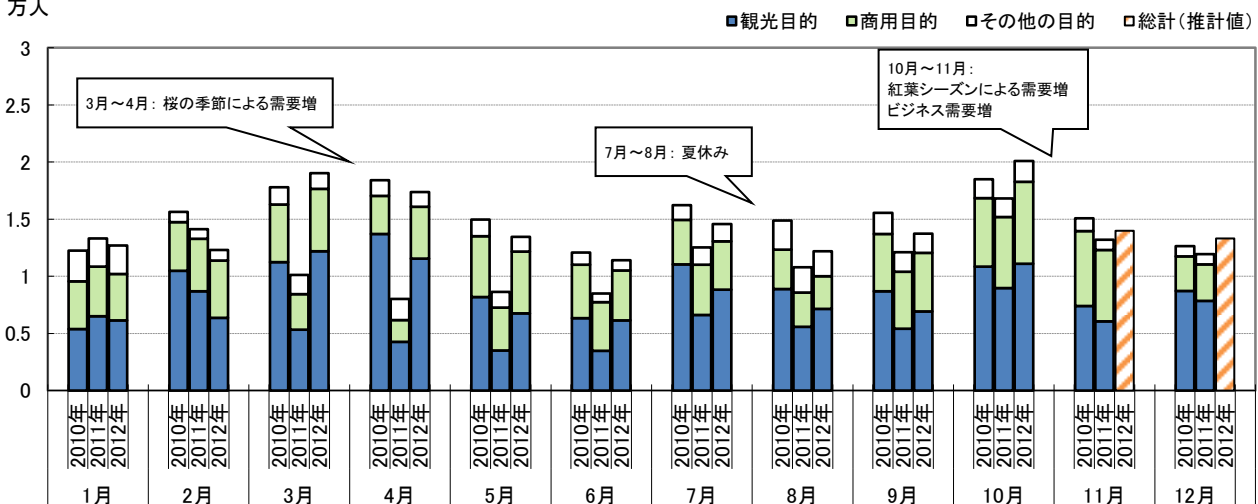
(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	221,945	206,564	181,460	184,045	140,099
タイ	859,010	826,523	841,425	810,727	844,972
中国	605,094	551,523	528,800	575,000	595,700
香港	601,168	563,984	513,984	515,693	506,557
シンガポール	495,693	492,933	469,723	461,714	422,611
韓国	78,656	87,014	91,165	97,510	104,644

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日英国人数の推移

万人



フランスの基礎データ

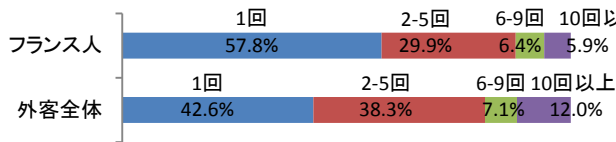
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	63,087,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	44,008 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
フランス人出国者数	23,347,000人(2008)、21,281,000人(2009)	世界観光機関(UNWTO)
外国人訪問者数	77,148,000 人 (2010)	フランス観光開発機構
訪日旅行者数 *1	95,438人(2011)、130,600人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	598,000 人 (2010)	フランス観光開発機構

*1 2012年は推計値

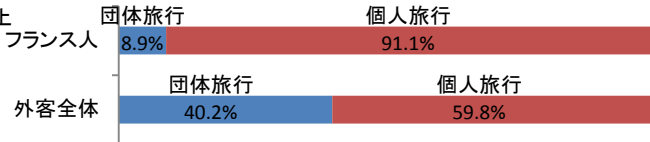
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



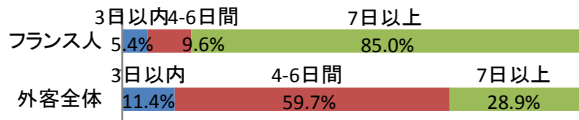
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

1位	東京都	92.9%
2位	京都府	50.2%
3位	大阪府	23.2%
4位	広島県	19.2%
5位	奈良県	18.8%

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

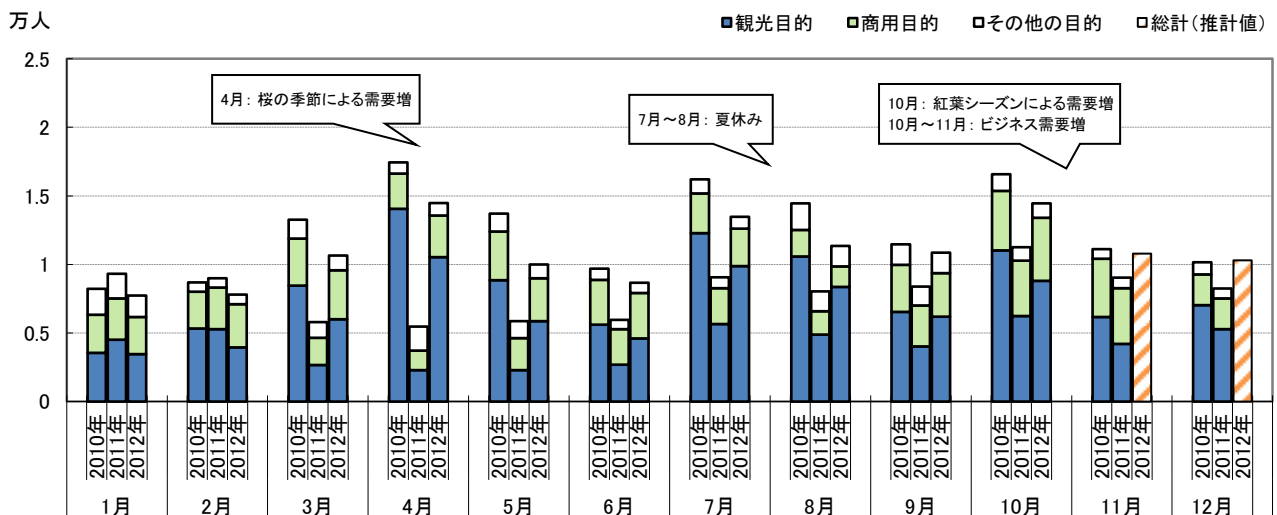
■ アジア各国・地域へのフランス人訪問者数

(人)

訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	137,787	147,580	141,251	151,011	95,438
タイ	351,651	398,407	427,067	461,670	515,572
中国	463,392	429,967	424,800	512,700	493,100
香港	231,091	229,349	217,568	239,964	233,880
ベトナム	182,501	182,048	174,525	199,351	211,444
シンガポール	99,254	111,196	119,721	130,418	140,299

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日フランス人数の推移



ドイツの基礎データ

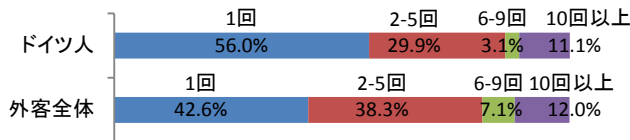
©日本政府観光局(JNTO) 禁無断転載・複製

データ項目	数値	出典
人口	81,777,000 人 (2011)	国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	43,742 US\$ (2011)	国際通貨基金(IMF)
ドイツ人出国者数	72,000,000人(2010)、72,900,000人(2011)	ドイツ政府観光局
外国人訪問者数 *1	28,400,000 人 (2011)	ドイツ政府観光局
訪日旅行者数 *2	80,772人(2011)、109,000人(2012)	日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	605,231 人 (2010)	世界観光機関(UNWTO)、ドイツ連邦統計局

*1 1泊以上した旅行者数。*2 2012年は推計値

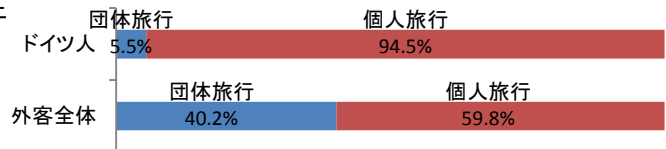
■ 訪日回数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



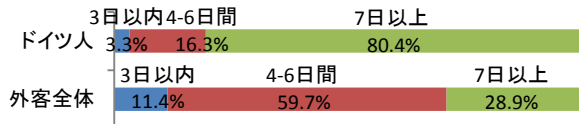
■ 旅行形態(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 滞在日数(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)



■ 都道府県別訪問率(観光客)

(出典:観光庁『訪日外国人消費動向調査(平成23年版)』)

1位	東京都	79.7%
2位	京都府	38.2%
3位	大阪府	22.9%
4位	神奈川県	19.9%
5位	広島県	17.2%

■ アジア各国・地域へのドイツ人訪問者数

(人)

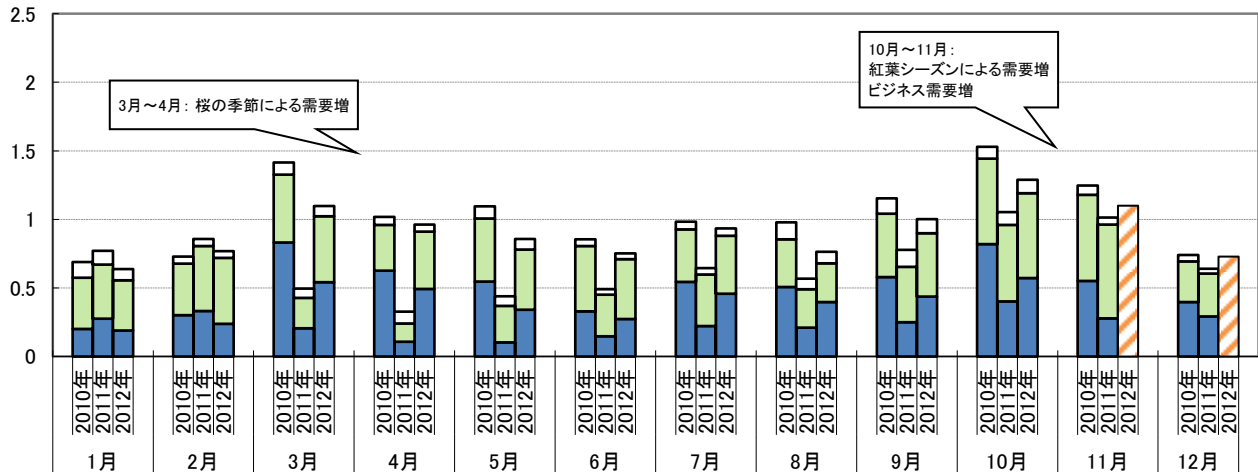
訪問先	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
日本	125,193	126,207	110,692	124,360	80,772
中国	556,663	528,858	518,500	608,600	637,000
タイ	537,200	542,726	573,473	606,874	619,133
香港	234,763	224,665	210,828	230,436	223,544
シンガポール	164,876	175,277	183,673	209,231	219,952
インドネシア	112,160	137,854	128,649	145,244	145,160

各国受入国統計より、日本政府観光局(JNTO)調べ

■ 月・年別 訪日ドイツ人数の推移

万人

■観光目的 ■商用目的 □その他の目的 □総計(推計値)



韓国からのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 韓国では、儒教による敬老精神が身につけているため、年上・目上の人を敬い尊敬語を使う習慣があります。
- 一般的に自己主張が強く、曖昧なことを嫌い、自分の意見をはっきり言います。日本式の社交辞令は通じません。
- 情が深く(気にいったらとことん)、親切で、感情表現がストレートです(泣く、笑う、怒る)。怒りは、納得すれば即治まります。
- 男性同士で肩を組んだり、女性同士で手をつなぐなど、スキンシップを使って親しさを表現することがあります。
- 声が大きく、賑やか好きです。
- 待つことが苦手でせっかちな面があります。思いついたらすぐアクション、ドタキャンの傾向もあります。

タブー、留意点

- 酒を飲む時やタバコを吸う時にも目上の人を敬う文化が反映されています。酒は両手で目上の人に注ぐのが一般的、目上の人から注いでもらった酒は飲むのが見えないように横を向きながら飲み、特に焼酎の場合には一気に飲むのが通常のマナーです。また、タバコを吸う時は目上の人に断ってから吸うのが礼儀です。
- 日本人の口から出る《朝鮮》という言葉に侮蔑感を感じる人もいます。《韓国の方々、韓国語》という表現が無難です。
- 避ける数字:「4」は、「死」を表すので不吉とされています。

旅行目的地としての日本

- 歴史的背景や竹島問題、教科書問題などにより、日本に対して悪いイメージを持っている人は少なくありませんが、インターネットの普及などにより日本の生の情報の入手が容易となったことから、特に若年層では両国間の関係が悪化しても、それは政治レベルでの話であり、旅行とは別と考えるようになってきています。
- 一般的に、日本はどこも清潔で、日本人は勤勉、時間を守る、親切、といったイメージを持っています。
- 健康志向・Well-being ブームが続き、活動や食事への健康志向がますます高まっています。登山ブームであり、相変わらず人気があるゴルフやスキーに加えて、今後は日本でも登山、トレッキング、サイクリングを楽しむ韓国人旅客が増えることが期待されます。
- 本物の懐石料理や畳に浴衣の日本間体験を求めて、若者層にも伝統的な旅館の人気が高まりつつあります。
- 経済力を持つ 30 代の独身女性「ゴールドミス」(最近では「ネオ・ウーマン」という呼び方も)が注目される市場です。グルメ、ショッピング、スパやエステ、高級旅館の露天風呂付き個室の宿泊などが人気アイテムです。

台湾からのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 「台湾人意識」があり、中国(大陸)人と一緒に扱いを好まない傾向が見られます。
話し言葉は大陸の標準語・普通話でも通じますが、発音や意味が違うことがあるので要注意です。書き言葉は大陸で使われる簡体字を読めない人が多いので、繁体字をお勧めします。
- 面子と人脈を大切にします。
- お得好き、損得勘定に敏感です。
- 縁起かつぎの傾向があります。
 - ・好きな数字は「6」(隆盛)と「8」(発財)、避ける数字は「4」(死)。
 - ・喜ばれる色は赤(めでたい)や金、赤地に金文字。避ける色は白地に黒または青文字(葬式)。
 - ・贈り物で、置時計・掛時計(腕時計は良い)・扇子は忌み嫌われる言葉と同じ発音のため避ける。ハンカチは悲しい時(葬式など)に涙を拭くものとされるので避ける。
- 食事は量が多いことを重要視します。生ものがダメな人やベジタリアンがいます。また、牛肉を食べない人もいます。

旅行目的地としての日本

- 台湾人の日本に対するイメージは極めて良好です。彼らの抱く日本に対するイメージは「秩序」「正確」「親切」「洗練」「安全」「清潔」「高品質」などの言葉で表現されます。もちろん台湾のメディアでも「家庭内殺人」「賞味期限偽装問題」「長期景気低迷」「治安悪化」「原発事故」などマイナスの要素を含んだ日本のニュースが報道されることはありますが、それでも台湾人は日本を「参考にする価値のある国」として見えています。
- 台湾における訪日旅行の人気は高く、訪日旅行専門の旅行会社も存在しているほどです。台湾のある雑誌が特集記事の中で挙げた6つの「日本観光上の優良条件」は次のとおりです。
 - ・日本は「治安が良い」
日本社会は安定しており旅行の時に最も心配なスリも非常に少ない。
 - ・日本は「交通が便利」
日本は道路標識が多く、たとえ日本語が出来なくても、標識を見ればどうにか理解出来る。日本は個人旅行に最適の国である。
 - ・日本は「衛生的」
外国に行くと、台湾で食べることが出来ない料理に囲まれるが、下痢等の心配がある。日本は生ものをよく食べる国なので食品の衛生観念が強い。また日本は町の中も清潔である。
 - ・日本は「文化が近い」
文字や文化、礼儀作法等が欧米諸国と比べると台湾に似ている。漢字を見れば大体意味が分かる上、筆談でコミュニケーションが可能である。
 - ・日本は「観光地が多く、計画性がある」
日本は四季の区別がはっきりしており、町並みや観光地に計画性がある。また観光地の質も高い。あらゆる年齢層の旅行者に豊富な選択肢がある。

- ・好きな数字:「8」(発財)と「9」(一番大きな数、永久の久)、避ける数字:「4」(死)、「7」品料理は葬祭料理、「6」(落ちると同じ発音)「666」(悪魔。特に若者が嫌う)
- ・喜ばれる色:赤や金、黄、赤地に金文字・黄文字。避ける色:白と黒(葬式)、白金は香典と同じ発音。
- ・贈り物で、置時計・掛時計(腕時計は良い)・扇子は忌み嫌われる言葉と同じ発音のため避ける。ハンカチは悲しい時に涙を拭くものとされるので避ける。

●言語は、以下の通りです。

- ・公用語は「中国語及び英語」。人口の約95%を占める中国系の人々が日常用いる中国語は専ら広東語ですが、中国の標準語である普通語も中国返還以降の普通語教育や中国本土からの観光客の増加により、以前よりも通じやすくなっています。英語は主にビジネス用に使われます。
- ・同じ中国語でも使われる文字は大陸と香港では異なります。大陸では簡略化した「簡体字」、香港では台湾同様「學」、「會」等の旧字体「繁体字」が用いられています。繁体字版がない場合、簡体字版でもおおよその内容は理解され得ます。印刷物の作成・配布には以上の点をご留意下さい。
- ・中国語圏独特の問題として、日本の地名は中国語読みされるため、日本語の読み方と同じ発音をする英語とは読みが違ふことに注意する必要があります。例えば東京は広東語では「トンキン」、北海道は「パツホイトウ」と発音されます。従って、英語を理解する割合も高い香港人ですが、英語版より繁体字版を好むことが圧倒的です。
- ・カタカナ、英語表記の日本の施設名は、香港の旅行会社やマスコミが独自に中国語訳している場合が多く、その名前を示して場所を聞かれるケースもあります。音訳、意識が混ざっており、解釈が難しいものもあります。(例:太陽城王子酒店=サンシャインシティプリンスホテル、東京全新迪士尼樂園=東京ディズニーランド、環球影城=ユニバーサルスタジオ、福岡世紀娛樂城=キャナルシティ、豪斯登堡=ハウステンボス)

旅行目的地としての日本

- 極めて成熟した訪日旅行市場といえます。旅行先は北海道から沖縄まで日本全国津々浦々に亘り、旅行内容はスノーレジャー、花見、グルメなど、交通手段は鉄道、レンタカーなど多様化が進んでおり、消費者は常に新しい情報、旅行先を求めています。
- 街中には日本食レストランや日系スーパーが多く点在し、新聞の芸能ページでは、日本の人気歌手・俳優の最新情報が掲載され、週刊誌には最新の日本製品(ファッション、化粧品、食べ物等)、旅行情報が多数掲載されているなど、日本製品、日本食、アニメ・芸能など、日常的に日本に触れる機会が多い香港の人々にとって、日本は魅力あふれる憧れのデスティネーションです。
- 有名シェフ、有名料理評論家、旅のエキスパートなどで行く「高級グルメ・温泉ツアー」の人气が高まっています。そこに行かないと味わえない食材と地元の料理方法による食事を楽しみ、露天風呂付きの部屋や高級ホテルで連泊しつろぐ、ゆったりしたスケジュールのツアーで、価格は4泊5日で25~30万円(一般の4泊5日ツアー9~10万円)です。
- ◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査2010」他)。

①食事 75.6%

—新鮮な海の幸:寿司・刺身、本場のラーメン、高級和牛、天ぷら、繊細な味の果物や果物狩り、おしゃれなスイーツ(ただし、あんこは甘すぎると敬遠される傾向あり)

タブー

- 子供の頭に手を置いたり、なでたりは、タブーです。子供の頭の上には神が宿るとされているためです。

旅行目的地としての日本

- 一般的な日本に対するイメージは、親切、清潔、安全、規則正しい、高い技術、ファッションの中心など。
- 旅行目的地としての日本のイメージはハイテク、固有の自然と文化、ファッション、グルメ、アニメ、具体的な魅力は新幹線、桜、富士山、日本料理、ショッピング、テーマパークなど。
- 評価の高い旅行地は、順に、東京、北海道(雪からラベンダーや芝桜まで。食事)、大阪(テーマパーク、ショッピング。グリコの看板前での記念写真撮影)、富士山(御殿場アウトレットも人気)、京都((仏教国タイはらではの寺社仏閣人気)、広島(お好み焼き)、福岡(九州ツアーの拠点)、名古屋(人気の高山、白川郷、立山黒部アルペンルートへの拠点)、仙台(東北ツアーへの拠点)、横浜(新横浜ラーメン博物館、鎌倉大仏への拠点)。

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

①食事 71.3%

ー寿司、ラーメン、刺身、うどん、そば

②ショッピング 65.2%

ー100円ショップの日用品、菓子・果物など食品、化粧品、家電品、衣料品、健康グッズ

③歴史的・伝統的な景観、旧跡 58.5%

④・自然、四季、田園風景 51.8%

ータイにはないはっきりした四季折々の風景、雪、花、紅葉

⑤温泉 43.9%

⑥都市の景観、繁華街の賑わい 34.1%

⑦日本人の生活、日本人との交流 32.9%

⑧テーマパーク 26.2%

⑨伝統文化の体験・鑑賞 23.2%

ー相撲、祭、茶道、着付け、歌舞伎等

シンガポールからのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 赤道直下の熱帯モンスーン気候のため、明確な季節の変化がなく、通年で高温(24℃~31℃)で蒸し暑い(湿度60%~90%)いため、季節の変化や四季に対する憧れが強いです。
- 家族や親せき、友人との旅行を好みます。
- 金曜日や週末は、夜遅くまで食事やショッピング、映画を楽しむ家族連れや若者で賑わっています。

マレーシアからのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 多文化社会であり、マレー系 67.4%、中国系 24.6%、インド系 7.3%と複数の民族から構成されています。宗教別ではイスラム教徒が最も多く 60%以上を占め、仏教、キリスト教、ヒンドゥー教と続きます。
- 熱帯雨林気候で明確な季節の変化がないため、中期・長期の旅行に関しては東アジアやヨーロッパなど季節を感じられる旅行地を選び、マレーシアで体験できない「季節ならではの」イベントやアクティビティを求める人が多いです。
- 長期休暇に家族で出かけることを好むため、子供の休暇に合わせる人が多いです。
- 近年は経済力をつけた若いビジネスマンが格安航空会社を使いこなして単身又は友人と少人数で外国に出かけるスタイルも見受けられます。
- 購買意欲は高く、休日の過ごし方にショッピングを挙げる人が多いです。
- 健康志向が高まっており、首都圏ではフィットネスクラブなどが多く進出。ランニングイベントも国内各地で開催されています。
- 近年、エイジングケアへの関心が高まり、化粧品への支出が増えています。都市部には多数のスパやエステがあり、日本製のスキンケア商品・メイク用品はとても人気です。
- IWS(Internet World Stats)の世界インターネット統計によると、マレーシアのインターネットユーザー数は 1,772 万人(2011 年時点)で、全人口の約 65%相当。SNS ユーザーの数も急激に増加しています。旅行情報の収集、予約をインターネットで行う層も拡大しています。

旅行目的地としての日本

- アジア有数の親日国。日本のイメージは「科学技術が発達した国」、「経済的に進んでいる国」、「自然の美しい国」。
- 味への評価と健康食のイメージから、日本食人気は今や不動。街中には日本食レストランが溢れています。魚や野菜の多い日本食はイスラム教徒にとっても受け入れやすいです。
- 日本のアニメやドラマが人気である一方、K-POP 人気も高まっています。
- 日本の女性向け雑誌の中国語版が流通し、中華系マレーシア人の女性層に影響を与えています。
- 評価の高い旅行地

1. 東京

- ・豊かな文化と多様性
- ・バラエティに富んだ食事
- ・東京ディズニーリゾート®、皇居周辺、アメ横、浅草、新宿
- ・秋葉原、新宿の家電量販店でのショッピング
- ・富士五湖、箱根、御殿場プレミアム・アウトレットへの日帰りツアー

2. 大阪

- ・グルメ(屋台、お好み焼き、串揚げなど)
- ・USJ
- ・写真スポット(グリコ、カニ道楽などのユニークな看板)

- ・大阪城
- ・海遊館(ジンベイザメなど、マレーシアの水族館では見られない生き物が人気)
- ・道頓堀の夜景(映画「ブレード・ランナー」を連想させる)、日本民家集落博物館

3. 京都

- ・神社、仏閣(特に中華系マレーシア人に人気)
- ・伝統行事、文化(葵祭、時代祭)

4. 中部

- ・飛騨高山、白川郷
- ・立山黒部アルペンルート
- ・名古屋城

5. 九州・沖縄

- ・福岡(中洲、大名、天神地区の屋台の雰囲気人気)
- ・長崎(歴史と文化を感じる街並み)
- ・熊本(熊本城)
- ・沖縄(マレーシアから一番近い日本として、低廉なツアー商品がある)

6. 広島

- ・宮島は美しい景色を楽しめる場所として人気

7. 北海道

- ・美しい田園風景、ラベンダー
- ・スノーレジャー、スキー、流氷クルーズ、ハイキング、バイクツーリング、カヌー・ラフティング、釣りなどのアウトドア・アドベンチャー
- ・訪れたい季節は5月の桜と芝桜、7月、冬(初夏はラベンダー畑などの景色とメロンなどの食の楽しみ、冬は雪の積もる大地と雪遊びという、季節で異なる魅力があるため、夏と冬に計2回訪れたいと思う人も)
- ・シーフード(タラバガニ)、小樽、登別温泉(地獄谷)、多彩なミュージアム
- ・リピーターが増えるにつれ、ゴールデンルートと並ぶデスティネーションになっている。

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

①食事 71.6%

ー寿司、刺身、ラーメン、天ぷら、うどん、魚介・海鮮料理など

②ショッピング 58.9%

ーユニクロ、サンリオ、資生堂などの化粧品、陶磁器、ノリタケ、子供向け玩具、アニメのキャラクターグッズ、デジタルカメラ、ビデオカメラ、携帯音楽プレーヤー

③自然、四季、田園風景 56.0%

ーマレーシアにはないはっきりした四季折々の風景、雪、花(特に桜)

特に雪に関する関心は高く、極端に寒い場所はあまり好まないものの、旅行地で降雪を見たり、雪だるまを作ったり、写真を撮るなどして楽しみたいと考える人も多いです。

④歴史的・伝統的な景観、旧跡 44.0%

⑤温泉 43.3%

⑥日本人の生活、日本人との交流 33.3%

- ⑦テーマパーク 26.2%
- ⑧伝統文化の体験・鑑賞 25.5%
 - －相撲、祭、茶道、気付け、歌舞伎等
- ⑨都市の景観、繁華街の賑わい 22.0%

オーストラリアからのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 移民国家である歴史的背景から、寛容で柔軟な国民性。他文化への理解度は世界でもトップレベルの深さです。
- 一般的に明るく気さくです。誰とでも対等・平等意識“mateship”(マイトシップ)があり、知り合えばすぐにファーストネームで呼び合い、がっしりした握手で別れます。「話せば分かる」人が多いのも、特徴です。
- 時間にはややルーズなところがあります。
- 童心を忘れないタイプが多く、「何でも楽しもう、やってみよう」という気軽な気持ちを持っている人が多いです。
- 自然豊かなオーストラリアでは、健康志向、自然志向が強く、屋外で体を動かす活動が盛んです。環境保護、動物愛護に熱心です。
- 歴史的に日本との文化的・経済的交流が多いため、ほとんどの人は親日的です。日本語学習者が多く、単純な日本語を解する人が予想以上に多いです。

旅行目的地としての日本

- オーストラリア人にとっての日本の最大の観光魅力は、長い歴史に培われた日本の伝統文化や、桜、紅葉、雪など四季の変化による自然美です。
- 南半球に位置するオーストラリアでは、長期休暇のある夏期が北半球の冬期にあたり、スキーやスノーボード目的での北半球の国々への旅行が人気です。日本は、スキーは雪質の良さ、距離の近さ、リフト料金の安さ、スキー以外の文化体験などが口コミやメディアの宣伝などを通じて伝わり、人気上昇しています。
- また、地方の伝統、文化、人々の生活との触れ合いなどに対する人気も高まっています。
- 長寿国・日本の健康食は人気を博しており、街中にはフードコートのテイクアウト寿司店や、高級な日本食レストランも増えています。訪日の際には、寿司や懐石などの本場の日本料理から、比較的安くて気軽に味わえる回転寿司、カレーライス、ラーメン、うどん、弁当などが人気です。ただし、肉料理中心が多いオーストラリア人にとっては、日本食ばかりが続くことには拒否反応もあります。

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

- ①食事 71.5%
 - －寿司、刺身、ラーメン、天ぷら、うどん
- ②歴史的・伝統的な景観、旧跡 64.8%

- ③ショッピング 52.4%
ー日本の思い出になる土産物(手頃な価格の浴衣、着物、漢字をプリントしたTシャツ)、100円ショップの文具や台所用品、食品プラスチックサンプル、日本の菓子
- ④日本人の生活、日本人との交流 49.3%
- ⑤都市の景観、繁華街の賑わい 42.4%
- ⑥自然、四季、田園風景 41.8%
- ⑦伝統文化の体験・鑑賞 37.5%
ー相撲、祭、茶道、着付け、歌舞伎等
- ⑧スポーツ 34.0%
- ⑨温泉 31.1%
- ⑩現代文化の体験・鑑賞 23.1%
ーポップ音楽、アニメ、ファッション等
- ⑪テーマパーク 21.0%

米国からのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 愛国心が強い。
- 個々人の意見を尊重し、自分の意見を明確に持ち、それを堂々と述べる。暗黙の了解ではなく、互いに納得するまで議論。
- 基本的人権重視。
- 自国と比べ長い歴史に育まれた日本文化には敬意を表します。特に何百年以上もの歴史を誇る歴史的建造物や伝統行事、自然現象、季節に対応した風習には深い感銘を覚えるようです。
- 駄目もとでいろいろ頼んでくる場合があります。出来ないものは出来ないと明確に伝えることがポイントです。
- お金のあるなしに拘わらず、それが日本人にとっては安いものであっても、投資するものに価値があるかどうかを吟味する傾向があります。
- 多民族国家で国土も広く、様々な宗教も存在するため、人種問題に軽率に触れない。
- プライバシーに立ち入らない。女性に年齢、既婚／未婚、子供の有無を聞くのは失礼。

旅行目的地としての日本

- 訪日旅行市場は、ニューヨークに代表される東海岸、サンフランシスコやロサンゼルスに代表される西海岸及びシカゴに代表される中西部に大別されます。日本企業等が多く進出している他、日本の食材や酒類が流通し、日本食レストランも増えていることから日本に対する関心も高く、日本食を含めた日本文化も紹介される機会が増えています。メジャーリーグでの日本人選手の活躍、また、アニメの放映で日本への関心はますます高まっています。

- 大都市での日本酒、日本食人気は高まっており、主要メディアや旅行雑誌でも日本の食文化やB級グルメを取り上げた記事が増えています。また、アニメ人気は若者の日本語学習熱を後押ししており、このようなサブカルチャーをテーマとして訪日するマーケットも存在します。
- 但し、具体的に日本を旅行目的地としてみた場合、特に飛行機で13時間、14時間を要する中西部や東海岸からは極めて遠い国であり、他のアジア諸国と比較して、物価が高い国という印象をいまだ持たれています。
- 東京・富士・箱根、京都、奈良のように、所謂、ゴールデン・ルートについては比較的よく知られていますが、その他の地域については、近年徐々に訪れる旅行者が増えているものの、まだ十分には知られていないのが実情です。
- 米国人の一般的な日本観：
 - ・技術先進国(自動車、カメラ、ロボット、バイオ技術など)
 - ・秩序正しい(治安の良さ、交通機関の発着時間の正確さ、国際イベントの効率的運営など)
 - ・歴史・文化の魅力に溢れている
 - ・盆栽、日本庭園、陶芸等を堪能する文化体験が豊富にある
 - ・四季の変化に富んだ自然景観美
 - ・勤勉、礼儀正しい、親切
 - ・寿司、豆腐、味噌汁などに代表される比較的低カロリーの健康食＝世界一の長寿国
 - ・アニメ等のサブカルチャーに代表されるクールなイメージ
 - ・言葉が通じない
 - ・米国から遠い国
 - ・物価高
 - ・不明瞭な意思表示をする国民性

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

- ①食事 80.4%
 - －日本食＝健康食のイメージ。寿司、うどん、ラーメン、天ぷら、刺身、日本酒、緑茶
- ②歴史的・伝統的な景観、旧跡 72.4%
- ③日本人の生活、日本人との交流 56.1%
- ④ショッピング 53.4%
 - －土産品としての日本の伝統工芸品や小物(手頃な価格の浴衣や着物、招き猫、手ぬぐい、扇子、風鈴、和食器など)、箸などの日本的な日用品(インテリア、観賞用、アクセサリなどに利用)、モダンな調理器具、デザインが可愛い菓子、アニメ・漫画のキャラクターグッズやゲーム類
- ⑤伝統文化の体験・鑑賞 47.8%
 - －相撲、祭、茶道、着付け、歌舞伎等
- ⑥都市の景観、繁華街の賑わい 44.4%
- ⑦自然、四季、田園風景 39.6%
- ⑧現代文化の体験・鑑賞 36.8%
 - －ポップ音楽、アニメ、ファッション等
- ⑨温泉 26.6%

英国からのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- 英国人にとって旅行は不可欠。自然、くつろぎを求め、健康志向。
- 個人主義の国。ブームが起こりにくい「冷めた」国民性といわれています。
- マナーやエチケットを重視。相手の立場を尊重。穏やかで紳士的、反面クールな面も。
- 「武士道」に通じる「騎士道」の精神があり、歴史と伝統を重んじる。
- 個人主義の国。他人に左右されるようなブームが起こりにくい国民性といわれています。
- バリュー・フォー・マネーを重視。
- 古いものを大切にします。
- 複合民族国家(イングランド、スコットランド、ウェールズ、北アイルランド)なので、国籍を聞く場合は UK が無難。

旅行目的地としての日本

- 一般的に、観光旅行目的地としての日本に明確なイメージを持っている人は少ないですが、最近では、英国有力新聞ガーディアンの「ガーディアン・トラベル・アワード 2010」の満足度の高い観光地ランキングで東京が3年連続1位に、長距離デスティネーションに日本が2年連続1位に日本が選ばれるなど、注目を集めています。
- 東京は、クールな(洗練された、カッコ良い)街として人気。
- 昨今は日本食も人気が高まっており「ラーメン」、「餃子」、「お好み焼き」といったB級グルメも味わいたいという興味も湧いてきている。
- 「富士山」、「着物の女性」を見ることにも大きな期待を寄せています。
- ゴールデンルートを訪れる人が圧倒的に多いですが、スキーのニセコ、スノーモンキー(湯田中温泉の地獄谷野猿公苑)や伝統文化が見られる長野や新潟、ビーチリゾートの沖縄などの認知度も高まりつつあります。
- 評価の高い旅行地は、東京、箱根、京都、広島、宮島、日光、高山、白川郷、長野(地獄谷野猿公苑)など。

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

- ①食事 79.3%
 - ー寿司、刺身、ラーメン、天ぷら、うどん
- ②歴史的・伝統的な景観、旧跡 77.0%
- ③都市の景観、繁華街の賑わい 58.7%
- ④日本人の生活、日本人との交流 55.4%
- ⑤ショッピング 54.5%
 - ー一般的に土産というよりは旅の記念になるもの(絵葉書、浴衣、着物、漢字をプリントしたTシャツなど)
- ⑥伝統文化の体験・鑑賞 47.9%

- －相撲、祭、茶道、着付け、歌舞伎等
- ⑦現代文化の体験・鑑賞 38.5%
 - －ポップ音楽、アニメ、ファッション等
- ⑧自然、四季、田園風景 35.2%
 - －四季折々の風景、雪、花、紅葉
- ⑨温泉 34.3%

フランスからのお客様を迎えるに当たって

気質、特徴

一般的には、以下のような傾向が見られます。

- バカンスは生活の一部。
- オーソドックスな伝統文化を求める一方で、快適性・近代性を求める。
- 自国の文化や言葉にプライドを持っています。英語には苦手意識あり。
- 芸術・職人技を尊びます。インテリ層はデザイン、建築にも関心が高い。
- 無愛想、そっけないと思われがちですが、人間味があり、つきあうと懐が深い面もあり。
- はっきりした自分の意見を持ち、堂々と述べる。
- ラテン気質で、時間にルーズなど、アバウトな部分もあり。
- 日常生活からの脱却を求めつつも、慣れ親しんだ料理や時間の習慣にこだわる。ただし、最近パリなど都市部を中心に日本食がメジャーな存在になってきていることもあり、せっかく日本にきたのだから日本料理を楽しみたいという人は増えていると思われる。また、時間の習慣については(スペイン人ほどではないものの)食事の開始時間は日本よりも若干遅いため<昼食 13:00 頃～、夕食 20:00 頃～>、日本の飲食店の閉店時間やラストオーダー時間に不満を持つ人は多い。
- 独自のペースで楽しむ個人行動を好む。
- 中高年層:「落ち着き」「くつろぎ」といった癒しを求める。
若年層:漫画などのポップカルチャーに興味。

旅行目的地としての日本

- 一般的な日本のイメージは、「豊かな伝統・文化を持つ国」、「経済力のある国」、「技術力のある国」。日本人に対しては、「勤勉」、「創造的で活力がある」、「島国的性格で閉鎖的」。
- アニメ、コスプレのメッカ。
- 神社仏閣、城、皇居などの歴史的建造物、日本庭園、仏像、伝統的な祭りなど、非西洋文化(キリスト教とギリシャ・ローマ文化に影響されていない固有の文化)の要素が人気。
- 評価の高い旅行地は、東京、京都、奈良、箱根、日光、鎌倉、宮島、高野山、金沢、高山、白川郷。

30歳以下の日本アニメに親しんでいる青年層：最先端技術をもつクール(カッコ良い)な国。

- 健康志向を反映した日本食・寿司がブームです。
- 評価の高い旅行地は、東京、日光、箱根、京都、富士山、広島、宮島

◆観光目的訪日客が訪日前に期待したことは、次の通りです(JNTO「訪日外客訪問地調査 2010」他)。

- ①食事 84.4%
 - －寿司、刺身、天ぷら、ラーメン、うどん、しゃぶしゃぶ
- ②歴史的・伝統的な景観、旧跡 78.6%
- ③日本人の生活、日本人との交流 55.8%
- ④都市の景観、繁華街の賑わい 42.2%
- ⑤伝統文化の体験・鑑賞 41.6%
 - －相撲、祭、茶道、着付け、歌舞伎等
- ⑥ショッピング 40.3%
 - －和菓子、手頃な価格の洋服・鞆・靴、絵葉書、キッチン用品、アニメ関連のキャラクターグッズ・ゲーム
- ⑦現代文化の体験・鑑賞 39.0%
 - －ポップ音楽、アニメ、ファッション等
- ⑧温泉 35.1%
- ⑨自然、四季、田園風景 31.2%
 - －桜、紅葉