

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

令和2年1月17日

理事長 清野 智

訪日外客数(2019年12月および年間推計値)

- ◇ 12月：前年同月比4.0%減の252万6千人
- ◇ 1月～12月：前年比2.2%増の3,188万2千人

【12月】

- 2019年12月の訪日外客数は、前年同月比4.0%減の252万6千人。2018年12月の263万2千人を10万人以上下回り、3か月連続で前年同月を下回った。
- 訪日外客数が多い韓国市場の減速（前年同月比63.6%減）が、訪日外客数全体が前年同月を下回る要因となった。一方、韓国市場を除く19市場は前年同月を上回り（前年同月比（19市場計）16.7%増）、引き続き堅調に推移している。
- 市場別では、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピンが単月として過去最高を記録し、13市場で12月として過去最高を記録した。

【年間】

- 2019年の訪日外客数は、前年比2.2%増の3,188万2千人で、JNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多となり、韓国を除く19市場で過去最高を記録した。
- 東アジア市場については、韓国市場において8月以降訪日外客数が半減する状況が続いているものの、韓国市場を除く3市場は新規就航や増便等による航空座席供給量の増加もあり前年を上回った。東南アジア市場については主要市場において新規就航や増便等により航空座席供給量が増加したこともあり年の後半にかけて高い伸びとなり、欧米豪市場については桜やラグビーワールドカップ2019日本大会の開催を契機とした訪日需要の高まりもあり年間を通じて好調な伸びを示した。
- 市場別では、中国が959万4千人となり全市場で初めて950万人を超えたほか、英国がラグビーワールドカップ2019日本大会開催期間中の9月と10月に前年同月比80%増を超える伸び率を示し初めて40万人を突破した。

\* 月別推計値と2003年以降の訪日外客数は、下記リンク「訪日外客数の動向」内からダウンロードできます。

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/index.html](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html)

「月別推計値 (Excel)」、「国籍/月別 訪日外客数 (2003年～2019年) (PDF・Excel)」

\* 最新の市場動向トピックス

[https://www.jnto.go.jp/jpn/inbound\\_market/report.html](https://www.jnto.go.jp/jpn/inbound_market/report.html)

※11・12月のトピックスは1月末頃に掲載予定

お問い合わせ先：  
企画総室 調査・マーケティング統括グループ  
TEL：03-6691-0939

# 2019年 訪日外客数・出国日本人数

## 2019 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers

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

2020年1月17日  
17/Jan/2020

(単位: 人 / Unit: Persons)

	訪日外客数 Visitor Arrivals			出国日本人数 Japanese Overseas Travelers		
	2018	2019	伸率 Change %	2018	2019	伸率 Change %
1 Jan.	2,501,409 (2,171,045)	2,689,339 (2,345,029)	7.5 (8.0)	1,423,727	1,452,157	2.0
2 Feb.	2,509,297 (2,280,872)	2,604,322 (2,341,479)	3.8 (2.7)	1,390,518	1,534,792	10.4
3 Mar.	2,607,956 (2,283,596)	2,760,136 (2,411,650)	5.8 (5.6)	1,807,063	1,929,915	6.8
4 Apr.	2,900,718 (2,603,797)	2,926,685 (2,640,569)	0.9 (1.4)	1,356,679	1,666,546	22.8
5 May	2,675,052 (2,391,395)	2,773,091 (2,455,865)	3.7 (2.7)	1,383,847	1,437,929	3.9
6 Jun.	2,704,631 (2,454,154)	2,880,041 (2,614,533)	6.5 (6.5)	1,421,649	1,520,993	7.0
7 Jul.	2,832,040 (2,564,205)	2,991,189 (2,713,329)	5.6 (5.8)	1,557,980	1,659,166	6.5
8 Aug.	2,578,021 (2,295,775)	2,520,134 (2,206,746)	-2.2 (-3.9)	2,033,435	2,109,568	3.7
9 Sep.	2,159,595 (1,836,045)	2,272,883 (1,913,105)	5.2 (4.2)	1,630,088	1,751,477	7.4
10 Oct.	2,640,610 (2,310,354)	2,496,568 (2,177,382)	-5.5 (-5.8)	1,646,230	1,663,474	1.0
11 Nov.	2,450,751 (2,162,583)	*2,441,300	*-0.4	1,673,465	1,642,332	-1.9
12 Dec.	2,631,776 (2,412,291)	*2,526,400	*-4.0	1,629,350	*1,712,300	*5.1
1~12 Jan.-Dec.	31,191,856 (27,766,112)	*31,882,100	*2.2	18,954,031	*20,080,600	*5.9

◆注1: 本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2: 訪日外客数のうち、2019年の\*印の斜体部分は推計値、その他の値は暫定値、2018年の値は確定値である。

◆注3: 訪日外客数及び\*印の出国日本人数は法務省資料を基にJNTOが算出し、それ以外の出国日本人数は法務省資料を転記した数値である。

◆注4: ( )内は、総数のうちの観光客数である。

◆注5: 訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。  
なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

◆Note 1. If reproduced, your credit line to JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION is mandatory.

◆Note 2. The figures for Visitor Arrivals are definitive (2018) and provisional (2019), while \* stands for the preliminary ones, compiled and estimated by JNTO.

◆Note 3. Provisional and definitive figures for Japanese Overseas Travelers are provided by the Ministry of Justice.

◆Note 4. The figures in ( ) represent the number of tourists among the total.

## 2019年12月 訪日外客数 (JNTO推計値)

Visitor Arrivals for Dec. 2019 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2018年 12月	2019年 12月	伸率(%)	2018年 1月～12月	2019年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,631,776	2,526,400	-4.0	31,191,856	31,882,100	2.2
韓国	South Korea	681,566	248,000	-63.6	7,538,952	5,584,600	-25.9
中国	China	599,086	710,200	18.5	8,380,034	9,594,300	14.5
台湾	Taiwan	335,790	348,300	3.7	4,757,258	4,890,600	2.8
香港	Hong Kong	209,454	249,600	19.2	2,207,804	2,290,700	3.8
タイ	Thailand	128,304	164,900	28.5	1,132,160	1,319,000	16.5
シンガポール	Singapore	87,083	100,400	15.3	437,280	492,300	12.6
マレーシア	Malaysia	67,627	78,300	15.8	468,360	501,700	7.1
インドネシア	Indonesia	53,966	59,200	9.7	396,852	412,800	4.0
フィリピン	Philippines	55,666	81,500	46.4	503,976	613,100	21.7
ベトナム	Vietnam	24,356	30,600	25.6	389,005	495,100	27.3
インド	India	10,272	11,700	13.9	154,029	175,900	14.2
豪州	Australia	63,608	72,700	14.3	552,440	621,800	12.6
米国	U.S.A.	126,850	144,500	13.9	1,526,407	1,723,900	12.9
カナダ	Canada	28,132	35,100	24.8	330,600	375,200	13.5
英国	United Kingdom	22,888	27,700	21.0	333,979	424,200	27.0
フランス	France	17,728	20,300	14.5	304,896	336,400	10.3
ドイツ	Germany	12,466	13,600	9.1	215,336	236,500	9.8
イタリア	Italy	8,942	11,200	25.3	150,060	162,800	8.5
ロシア	Russia	6,293	8,800	39.8	94,810	120,000	26.6
スペイン	Spain	5,990	7,300	21.9	118,901	130,200	9.5
その他	Others	85,709	102,500	19.6	1,198,717	1,381,000	15.2

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。

◆注2：訪日外客数(訪日外国人旅行者数)は、法務省の出入国管理統計からJNTOが独自に算出した数値である。

◆注3：2018年の数値は確定値、2019年の数値は推計値である。

◆注4：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。  
なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

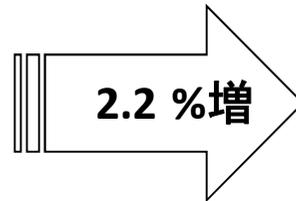
◆Note 1. If reproduced, your credit line to JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION is mandatory.

◆Note 2. Visitor Arrivals are compiled by JNTO (source: Ministry of Justice).

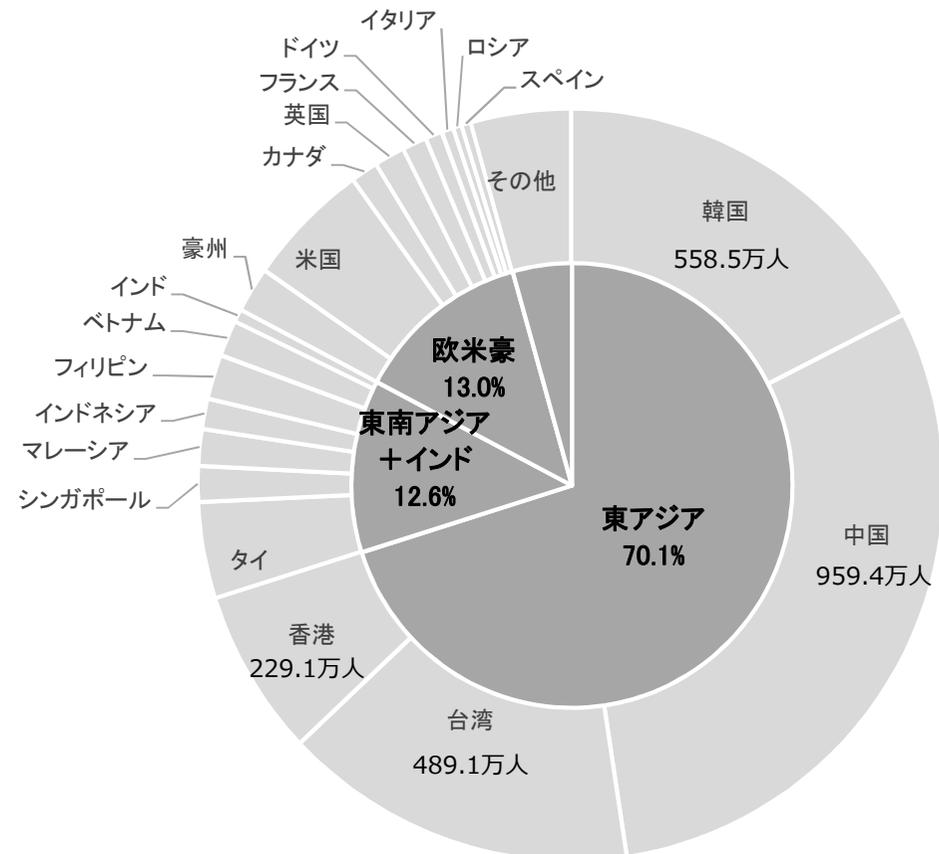
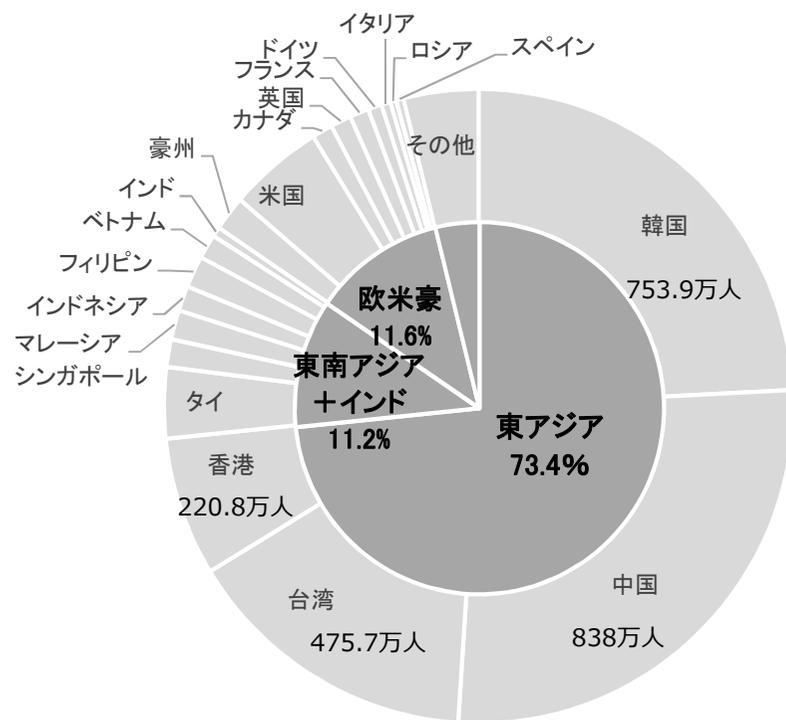
◆Note 3. Above figures for 2018 are definitive, while figures for 2019 are the preliminary ones estimated by JNTO.

# 訪日外客数のシェアの比較 2018年/2019年

2018年1月～12月  
3119万2千人



2019年1月～12月  
3188万2千人



# 地域別訪日旅行市場の概況（年間総括）

## 1. アジア

### ① 東アジア

- **韓国**の訪日旅行者数は5,584,600人であった。（これまでの過去最高は2018年7,538,952人）。韓中関係の改善による中国への渡航需要の回復や旅行先としてのベトナム人気など海外渡航先が多様化していること、韓国経済が低迷していることに加え、7月以降は日韓情勢もあり、減便や運休による航空座席供給量の減少や訪日旅行を控える動きが発生したことから、8月以降の訪日韓国人数が前年同月に比べ半減する状況が続き、前年同月比は10月が65.5%減、11月は65.1%減、12月は63.6%減と低調に推移している。韓国市場では、上半期は、各種メディアとのタイアップ広告や、航空会社・旅行会社等との共同広告等を実施し、日本各地への誘客強化を図った。一方で、下半期は、日韓情勢の影響を受け、日本旅行商品不買の動きが広がる中でも、JNTO公式SNS（Instagram、Facebook）での情報発信や「日韓交流おまつり」でのブース出展を通じて、日韓交流の気運醸成に努めるとともに、11月以降は一部旅行会社や航空会社でも日本旅行商品の広告を再開した。
- **中国**の訪日旅行者数は9,594,300人で過去最高を記録、**全市場を通じ、初めて年計で950万人を超えた**（これまでの過去最高は中国市場の2018年8,380,034人）。中国・日本双方の地方都市を発地とする航空路線の新規就航、増便等に伴う航空座席供給量の拡大に加え、2019年1月から開始した個人査証の発給要件緩和の効果もあり、全ての月で同月過去最高を記録し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特にハイシーズンである7、8月は、全市場を通じ、初めて単月として100万人を超える訪日があり、7月には単月として過去最高となる1,050,420人を記録した。訪日旅行市場全体を牽引した中国市場では、FIT化が進んでいることから、訪日旅行プロモーションにおいても個々のニーズに沿った多様な日本の魅力を発信する「深度游（個別テーマ性のある旅行）」キャンペーンを実施し、特に、拡大する中国人スキー客の取り込みや地方誘客を目的に、インフルエンサーやメディアの活用を通じて北海道や東北地方の魅力を発信した。また、12月に広州市に事務所を新設したところであり、今後も、訪日市場が拡大している中国の地方都市の需要を取り込んでいく。
- **台湾**の訪日旅行者数は4,890,600人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年4,757,258人）。日本のゴールデンウィークが10連休となったことの影響を受けた4月や5月など前年同月を下回る月がある一方で、日本の地方都市を着地とする航空路線の新規就航や増便等に伴う航空座席供給量の拡大もあり、通年の訪日外客数は前年を上回った。リピーター層が多くFIT化が進んでいる台湾市場では、中部・四国エリアを中心にインフルエンサーや有名タレントを活用したプロモーション動画や旅行記事を作成するなど地方の観光魅力を発信できるウェブコンテンツの拡充に努めるとともに、「ふらっと週末プラス旅」をテーマとした新たな旅行スタイルの提案などJNTO公式ウェブサイトやSNS（Instagram、Facebook）での情報発信を積極的に行い、リピーター層の地方分散化に力を入れた。また、訪日教育旅行の一層の拡大を目的に、日本側自治体と台湾側学校関係者の意見交換会を実施するなど、新規需要の開拓にも取り組んだ。
- **香港**の訪日旅行者数は、2,290,700人で過去最高を記録。（これまでの過去最高は2017年2,231,568人）。高速鉄道と港珠澳大橋を利用した中国への旅行や、安価に楽しめる台湾、タイなどへの海外渡航が好評であったことに加え、6月上旬以降継続している「逃亡犯条例」改正案への反対を発端とする大規模デモの影響で、空港閉鎖等混乱も発生したものの、日本の地方都市を着地とする航空路線の新規就航や増便等に伴う航空座席供給量の拡大もあり、通年の訪日外客数は過去最高を記録した2017年を上回った。訪日リピート率が高い香港市場の更なる旅行促進のため、2019年より新規テーマでのプロモーションを開始した。新規テーマは「日本 總有再去的理由」（訳：日本にはいつももう一度訪れる理由がある）で、これまで多く取り上げてきた女子旅だけでなく、家族やカップル、友達同士での旅行など、様々な旅行スタイルであらゆる世代の香港人に生涯に渡って訪日旅行を楽しんでもらおうという意味が込められている。7月に香港で開催された香港最大の見本市「第30回香港ブックフェア」への出展において、新規テーマによるプロモーションを開始し、特に地方への旅行の魅力を発信した。

## ② 東南アジア

- **タイ**の訪日旅行者数は1,319,000人で過去最高を記録。(これまでの過去最高は2018年1,132,160人)。日本の地方都市を着地とする航空路線や格安航空会社の新規就航、増便等に伴う航空座席供給量の拡大に加え、継続的な訪日プロモーションの効果もあり、旅行閑散期である6月と7月を除く全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。12月は年間最大の旅行シーズンであるソンクラーン(タイ正月)休暇のある4月と同水準となる164,900人を記録した。タイの訪日旅行のピークシーズンの需要促進に加え、訪日地域の分散を図るため、全国10地域の桜等の花景色と近辺での体験アクティビティなどについての情報発信を行った他、中国地方への旅行会社招請や一般消費者向け東北観光PRイベントなどを実施し、リピーター層の地方分散化に力を入れた。また、タイの地方都市からの訪日旅行促進のため、チェンマイ、ウドンタニの2都市で現地旅行会社を対象にセミナーを実施した。
- **シンガポール**の訪日旅行者数は492,300人となり過去最高を記録(これまでの過去最高は2018年437,280人)。12月には単月として過去最高となる100,400人を記録し、シンガポール市場として初めて単月10万人を超えたほか、春頃からの増便や機材の大型化による航空座席供給量の増加もあり、日本のゴールデンウィークが10連休となったことの影響を受けた4月や5月を除く全ての月で同月過去最高を更新した。FITが訪日市場を牽引しているシンガポール市場においては、シンガポール事務所が独自に運営しているコミュニティサイト「JAPAN By Japan」やFacebookを通じた具体的な旅のコツや季節に合った情報など個々のニーズや旅行スタイルに合わせた情報発信を行った。また、7月にMOC(協力覚書)を締結したシンガポール航空と関東や中部地域を対象とした共同広告を実施した他、10月以降も複数の航空会社と共同広告を実施し、地方誘客への拡大を図った。
- **マレーシア**の訪日旅行者数は501,700人で過去最高を記録、初めて年計で50万人を超えた(これまでの過去最高は2018年468,360人)。日本のゴールデンウィークが10連休となったことや休暇時期の移動の影響により前年同月を下回る月があったものの、10月以降は前年同月比が2桁の伸びとなるなど好調に推移し、12月には単月として過去最高となる78,300人の訪日外客数を記録した。1月、11月の「Japan Travel Fair」、過去最高の来場者数を記録した3月と9月に開催された「MATTA Fair (KL)」、7月の「MITM Fair (Penang)」など旅行博への出展に合わせて、コタキナバルやジョホールバル等の地方都市でもBtoBセミナーや商談会を実施し、訪日旅行のPRと訪日旅行商品の販売促進を図った。また、中華系に比べて訪日旅行がまだ一般的でないムスリム層に対しては、ラーメンや神戸牛のハラル認証店を紹介するなど、Facebookを通じた定期的な情報発信により、訪日者層の拡大を図った。
- **インドネシア**の訪日旅行者数は412,800人で過去最高を記録、初めて年計で40万人を超えた(これまでの過去最高は2018年396,852人)。2018年5月から2018年9月に就航していたインドネシア・エアアジアXのジャカルタ-成田線の運休による航空座席供給量の減少の影響により前年同月を下回る月があったものの、9月以降は4か月連続で同月過去最高を更新し、12月には単月として過去最高となる59,200人の訪日外客数を記録した。インドネシアでは、旅行フェアが、訪日旅行商品の購入機会の1つであるため、3月及び8月から9月にかけてジャカルタ市内の商業施設にて訪日旅行に特化した旅行フェア「Japan Travel Fair 2019」を2回開催し、訪日旅行商品の販売促進を図った。また、成長著しい地方都市(スラバヤ、メダン)にてBtoBセミナーや商談会の実施、航空会社主催の旅行フェアへの出展を含めた共同プロモーションを行うことで地方都市からの誘致に取り組んだ。また、北海道・東北等へのメディア招請や中部地方等への旅行会社招請、JNTOインドネシア語公式Instagram等を活用した情報発信、キャンペーン等を通じて、訪日意欲の喚起を図った。
- **フィリピン**の訪日旅行者数は613,100人で過去最高を記録、初めて年計で60万人を超えた(これまでの過去最高は2018年503,976人)。イースター休暇の移動に伴い訪日外客数が前年同月を下回った3月を除く全ての月で同月過去最高を記録し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、2月のマニラ-羽田便、7月のマニラ-関西便、8月のクラーク-成田便の新規就航等による航空座席供給量の増加もあり、6月以降は前年同月比が20%増を超える伸びとなるなど好調に推移し、12月には単月として過去最高となる81,500人を記録した。2月にマニラで開催された「Travel Tour Expo(TTE) 2019」にブースを出展し春の魅力を訴求した他、フィリピン市場公式Facebookを通じて四季折々の花が咲く日本ならではの自然景観や、その地で食べられる日本食などの観光コンテンツを訴求した。また、11月に

「Japan Fiesta 2019」を開催して冬の訪日意欲の喚起を図った。新規就航に合わせたメディア招請や販促フェア、航空会社と連携したセミナー・商談会を実施し、新規需要の開拓にも取り組んだ。

- **ベトナム**の訪日旅行者数は495,100人で過去最高を記録、初めて年計で40万人を超えた（これまでの過去最高は2018年389,005人）。航空路線の新規就航や増便等に伴う航空座席供給量の拡大により、4月は単月として過去最高となる55,295人を記録。その他の月も前年同月比2桁増の好調な伸びを記録した。また、全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は10月までの累計で2018年計を上回った。花鑑賞が人気コンテンツであるベトナム市場では、最大の訪日旅行シーズンである春季の集客に向け、旅行博での桜をテーマとしたブース出展や、JNTOベトナム語公式Facebookを通じた季節ごとの日本各地の魅力の情報発信等を行い、訪日旅行の魅力訴求と地方誘客の拡大を図った。また、ホーチミン、ハノイ、ダナンにおけるセミナー・商談会やベトナム市場では初めてインセンティブに特化したセミナー・商談会の実施など、旅行会社と連携し、訪日旅行商品の販売促進の取り組みを強化した。
- **インド**の訪日旅行者数は175,900人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年154,029人）。デジタルやインフルエンサーを活用した継続的な情報発信等の訪日旅行プロモーション効果もあり、全ての月で同月過去最高を更新するなど好調に推移し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、桜シーズンにより訪日需要が高まる3月以降、3か月連続で単月として過去最高を更新し、5月には単月として過去最高となる19,914人の訪日外客数を記録した。ボリウwoodsの著名人女優を招請して制作した動画・映像や中間高所得者層を対象に展開したイメージ広告、ブレジャー（ビジネス+レジャー）層をターゲットとした訪日旅行の紹介などにより旅行先としての日本の認知度、興味・関心を高めることで、訪日需要の喚起を図った。また、沖縄へのウェディング誘致を目的としたセミナー・商談会や大学機関での訪日・観光セミナーの開催等により、若年層など新規需要の開拓にも取り組んだ。

## 2. 豪州、北米

- **豪州**からの訪日旅行者数は621,800人で過去最高を記録、初めて年計で60万人を超えた（これまでの過去最高は2018年552,440人）。2018年12月のシドニー-関西線の増便、2019年9月のパース-成田線の新規就航による航空座席供給量の増加に加え、日本におけるラグビーワールドカップの開催を契機とした日本の露出機会や訪日旅行需要の増加、旅行先としての日本への関心の高まりもあり、イースター休暇の移動に伴い訪日外客数が前年同月を下回った3月を除く全ての月で同月過去最高を更新した。特に、学校休暇やスキー目的で旅行需要が高まる1月に単月として過去最高となる81,063人を記録した。新規就航を契機とし、航空会社との共同キャンペーン等の訪日旅行プロモーションを実施したほか、ウィンタースポーツに特化した旅行博への出展など冬季シーズンのプロモーションに加え、グリーンシーズンの誘客を目指し、JNTO公式SNS（Instagram、Facebook）やウェブサイト、メディア・インフルエンサー招請等を通じて、美しい自然やアクティビティを始め、各地の観光魅力の発信も行った。
- **米国**からの訪日旅行者数は1,723,900人で過去最高を記録、初めて年計170万人を超えた（これまでの過去最高は2018年1,526,407人）。米国におけるアウトバウンド市場が堅調に推移する中で、メディアへの情報提供等、継続的な支援による日本関連記事の露出機会の増加や訪日クルーズ需要もあり、全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、桜シーズンに合わせた訪日需要が高まった3月は単月として過去最高となる176,564人の訪日外客数を記録した。米国の大手クルーズ会社「Princess Cruises」と連携し、北米の富裕層を顧客に持つ旅行会社のコンソーシアムである「Ensemble Travel Group」を高知、広島などに招請したほか、全米旅行記者協会（SATW）の会議を東北地方に誘致し、現地有力旅行会社やメディアに向けて日本の地方の魅力を発信するなど、ネットワーク強化を図った。また、特定関心層に向けては、「Mountain Travel Symposium」や今年初めて参加した「Adventure ELEVATE」への出展を通じて、スキー、トレッキング等アウトドアに関する情報発信やプロモーションを展開し、訪日意欲の喚起を図ってきた。
- **カナダ**からの訪日旅行者数は375,200人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年330,600人）。2018年6月のモントリオール-成田線の新規就航、中国や香港から日本への海外渡航先変更等により1月を除く全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、桜シーズンにより訪日需要が高まる3月と4月は2か月連続で単月として過去最高を更新し、4月には単月として過去最高となる38,897人の訪日外客数を記録した。旅行会社との共同広告事業では、グロー

バルキャンペーンのミッションにおいて、カナダ人の興味・関心が特に高い「食」「伝統」「リラクゼーション」「スキー」をテーマにした広告を展開し、日本の旅行先としての多様性を訴求した。また、メディア招請により夏祭りを中心に、東北地域の魅力を訴求するコンテンツの作成や、瀬戸内エリアの富裕旅行者層向けコンテンツを紹介し、新たな需要の開拓にも取り組んだ。

### 3. 欧州

- **英国**からの訪日旅行者数は424,200人で過去最高を記録、初めて年計で40万人を超えた（これまでの過去最高は2018年333,979人）。EU離脱後の経済に対する不安感はあるものの、ロンドン-関西線の就航等による航空座席供給量の増加に加え、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションやラグビーワールドカップの開催を契機とした旅行先としての日本への関心の高まりもあり、クルーズ需要の減少等の影響を受けた2月を除く全ての月で同月過去最高を更新した。特に、ラグビーワールドカップの開催期間中の前年同月比は9月が84.3%増、10月は85.6%増となり、10月には単月として過去最高となる68,401人を記録し、2019年は10月までの累計で2018年計を上回った。航空会社との共同広告や、飛び込みの現役オリンピック選手を起用した東北方面を巡る動画の作成により、知られざる地方の魅力を訴求し、スポーツ愛好者層をターゲットとしたプロモーションにも注力した。また、ABTA（英国旅行業協会）の東京総会開催に伴うファミトリップ等の実施や、メディアへの出稿や富裕層向け旅行会社との商談会の開催等に加え、バードフェアへの出展を通じて、訪日需要の喚起と新たな需要の開拓にも取り組んだ。
- **フランス**からの訪日旅行者数は336,400人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年304,896人）。「ジャポニスム2018」など2018年の日仏友好160周年に併せた日本関連の文化イベント等により旅行先としての日本への関心が高まっている中で、増便による航空座席供給量の増加もあり、全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、桜シーズンにより訪日需要が高まる4月には単月として過去最高となる46,005人の訪日外客数を記録した他、ラグビーワールドカップの開催を契機とした訪日旅行需要の増加や旅行先としての日本への関心の高まりもあり、9月以降前年同月比が2桁となるなど、好調に推移した。継続的に展開している航空会社との共同広告、メディア招請などの訪日旅行プロモーションに加え、大手スポーツ媒体やラグビー専門媒体と連携したオンライン広告等の実施など、ラグビーワールドカップ開催に合わせた観光魅力の訴求に注力した。また、7月には、JNTOフランス語公式Instagramを開設し、若年層をターゲットとした投稿を行い、新たな需要の開拓にも取り組んだ。
- **ドイツ**からの訪日旅行者数は236,500人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年215,336人）。ドイツ経済が減速傾向にある中でも、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションにより旅行先としての日本への関心の高まりを受け、全ての月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。特に、桜シーズンにより訪日需要が高まる3月には単月として過去最高となる28,659人の訪日外客数を記録した。大手旅行会社が主要5都市（ベルリン・ハンブルク・フランクフルト・ライプツィヒ・ニュルンベルク）において開催した都市巡回型セミナーへの参加、フランクフルトで開催された世界最大の日本映画祭やドイツ最大の日本祭り「デュッセルドルフ日本デー」における訪日旅行のPRや旅行代理店に対する情報提供等により、新たな需要の開拓と訪日機運の醸成に取り組んだ。また、オンラインバナー広告をはじめ、FacebookやInstagram等のSNSを活用した航空会社との共同広告の実施による訪日旅行予約数の増加も、恒常的な訪日需要の増加に寄与した。
- **イタリア**からの訪日旅行者数は162,800人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2018年150,060人）。桜シーズンで訪日需要が高まる4月にイースターと他の祝日が重なり連休を取りやすくなったことで4月に訪日旅行需要が集中し、単月として過去最高となる24,062人の訪日外客数を記録した。その影響から伸びが停滞した月が一部あったものの、経路便の座席供給量の増加もあり、多くの月で同月過去最高を更新し、2019年は11月までの累計で2018年計を上回った。イタリアの人気旅行番組の招請による岐阜や京都の地元の人の暮らしに密着した番組の作成や、旅行会社招請による奥入瀬渓流や中尊寺金色堂など東北地方に関する情報提供など、観光地としての日本の多様な魅力を発信することで、旅行先としての日本の認知度を高めるとともに、新たな需要の開拓を図った。また、航空会社との共同広告により、往復の航空券のキャンペーン価格での提供や、特設サイトにおける東北や沖縄のモデルコースの紹介などを行った。

- **ロシアからの訪日旅行者数は 120,000 人で過去最高を記録、初めて年計で 10 万人を超えた**（これまでの過去最高は 2018 年 94,810 人）。「ロシアにおける日本年」及び「日本におけるロシア年」を背景に日露間の直行便の増便や機材の大型化、ウラジオストク - 関西便の新規就航により航空座席供給量が増加したことに加え、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションの効果もあり、全ての月で同月過去最高を更新した。特に、10 月には単月として過去最高となる 14,348 人を記録し、2019 年は 10 月までの累計で 2018 年計を上回った。ロシア旅行業連盟との共催によるロシア主要都市の旅行会社向けセミナーの実施やモスクワ及びサンクトペテルブルクのラグジュアリー旅行に特化した大型商談会の開催、ツアー商品造成を促すために訪日ツアー販売実績のある旅行会社の招請、ロシア極東 3 大都市における訪日旅行促進セミナーや商談会の実施等により、ネットワーキングと訪日誘客に取り組んだ。また、特別運賃の設定も含めた複数の航空会社との共同広告や、モスクワの有力メディアやインフルエンサーを活用したプロモーションの実施、複数の日本関連イベントの出展参加による訪日旅行の魅力の発信等を通じて、訪日需要の喚起を図った。
- **スペインからの訪日旅行者数は 130,200 人で過去最高を記録**（これまでの過去最高は 2018 年 118,901 人）。継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションによる旅行先としての日本への関心の高まりを受け、イースター休暇の移動に伴い訪日外客数が前年同月を下回った 3 月とラグビーワールドカップ開催に伴う欧州からの訪日需要増加に伴う航空券の価格高騰等の影響を受けた 10 月を除く全ての月で同月過去最高を更新した。特に、夏季休暇シーズンと重なる 8 月には単月として過去最高かつスペイン市場として初めて 2 万人を超える 20,009 人の訪日外客数を記録し、2019 年は 11 月までの累計で 2018 年計を上回った。ヨーロッパ主要空港を経由することで安価な訪日旅行を実現できる価格帯の航空券の販売、バルセロナ駅構内デジタルサイネージへの広告掲載など、航空会社との共同広告の実施により、訪日需要の喚起を図った。また、メディア招請による山形県・羽黒山での山伏体験等を含めた東北の魅力の訴求や地方の体験コンテンツを収録した冊子「100 Experiences in Japan」のメディア向け PR 等を通じて、訪日旅行の多様な魅力を発信し、旅行先としての日本の認知度向上に取り組んだ。