

※ 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。

平成 25 年 11 月 20 日

理事長 松山 良一

訪日外客数 (2013 年 10 月推計値)

◇10 月 : 訪日外客数 / 前年同月比 31.5%増の 92 万 9 千人

- 2013 年 10 月の訪日外客数は、前年同月比では 31.5%の増加となり、過去最高であった 2007 年(78 万 5 千人)を 14 万 3 千人上回り、92 万 9 千人となった。1 月から 10 月の累計では 866 万人となった。

市場全体として、円高の是正とともに、継続して実施してきた VJ 事業のプロモーションが奏功し、訪日外客数が増加する要因となった。

- 市場別では、中国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、フランスが、10 月として過去最高を記録するとともに、タイ、マレーシアは通年の単月ベースでも過去最高を記録した。
- 台湾、香港、タイ、ベトナムに続き、1 月から 10 月までの累計で、韓国、インドネシア、フィリピン、フランス、ロシアで前年の年間訪日旅行者数を上回った。
- 中国は個人旅行に加え、団体旅行の回復基調が継続した。東南アジア諸国は、査証緩和の措置が奏功し、高い伸びを示した。欧米豪市場も、フランスを筆頭に、前年同月比で上回った。一方、訪日外客数全体の 4 分の 1 を占める最大市場の韓国は、原発汚染水問題に係る現地報道の影響により、2012 年 2 月以来の前年同月比で初めてマイナスとなった。

2013 年の訪日外客数 1 千万人の目標達成に向けて、引き続き訪日旅行プロモーションを全力で実施していく。

* 以下の資料は、JNTO Web サイト (<http://www.jnto.go.jp/jpn/>) に掲載しています。

◇ 月別暫定値

http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/index.html

◇ 国籍/月別 訪日外客数 (2003 年~2013 年)

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2013_tourists.pdf

お問い合わせ先 :

海外マーケティング部 市場統括グループ

TEL : 03-3216-1902



2013年10月 訪日外客数 (JNTO推計値)

Visitor Arrivals for Oct. 2013 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2012年 10月	2013年 10月	伸率(%)	2012年 1月～10月	2013年 1月～10月	伸率(%)
総数	Grand Total	705,848	928,500	31.5	7,019,878	8,659,600	23.4
韓国	South Korea	168,150	158,300	-5.9	1,659,268	2,102,400	26.7
中国	China	69,713	121,400	74.1	1,320,771	1,116,100	-15.5
台湾	Taiwan	135,164	213,500	58.0	1,231,439	1,883,400	52.9
香港	Hong Kong	33,828	62,400	84.5	400,809	611,000	52.4
タイ	Thailand	31,701	61,300	93.4	210,830	346,500	64.4
シンガポール	Singapore	10,264	16,100	56.9	99,959	131,100	31.2
マレーシア	Malaysia	11,335	17,800	57.0	97,792	121,900	24.7
インドネシア	Indonesia	8,704	10,600	21.8	80,429	108,800	35.3
フィリピン	Philippines	8,292	10,900	31.5	70,865	88,600	25.0
ベトナム	Vietnam	6,278	11,300	80.0	46,938	72,200	53.8
インド	India	6,725	6,400	-4.8	58,093	63,700	9.7
豪州	Australia	17,890	18,100	1.2	167,016	198,100	18.6
米国	U.S.A.	66,556	73,700	10.7	600,545	665,900	10.9
カナダ	Canada	12,517	14,000	11.8	112,126	125,300	11.7
英国	United Kingdom	20,080	20,800	3.6	146,695	162,000	10.4
フランス	France	14,467	17,100	18.2	109,378	133,000	21.6
ドイツ	Germany	12,891	13,700	6.3	90,622	102,200	12.8
ロシア	Russia	5,612	5,800	3.3	40,665	50,700	24.7
その他	Others	65,681	75,300	14.6	475,638	576,700	21.2

◆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：上記の2012年の数値は確定値、2013年の数値はJNTOが独自に算出した推計値である。

◆注3：訪日外客(確定値)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。

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

◆Note 2. Above figures for 2013 stand for the preliminary ones estimated by JNTO.

地域別訪日旅行市場の概況

1. アジア

① 東アジア

- **韓国**は、前年同月比で5.9%減となり、昨年2月以来のマイナスの伸率であった。福島第一原発に係る汚染水問題が大々的に報道されたことが要因として挙げられる。今後も、韓国向けの正確かつ分かりやすい情報発信を行うとともに、共同広告などのプロモーションを積極的に実施していくが、次月以降も厳しい見通しと言える。
- **中国**は、前年同月比74.1%増となり、10月としては過去最高の訪日旅行者数となった。10月上旬の国慶節による休みに加え、日本に対する忌避感が薄れたことにより、従来から堅調な個人観光とともに、団体旅行の回復基調が継続した。
- **台湾**は、継続的な円高の是正を背景に、ショッピングを目的とした訪日旅行の需要が拡大を続けている。また仙台や山形へのチャーター便が運航され、地方への旅行需要も高かった。今後も日本への新規就航が予定され、引き続き高い旅行需要が期待される。
- **香港**は、旅行会社へのヒアリングでは、10月4日の国慶節休暇の期間は都市部を中心にショッピングを目的とした訪日旅行の人气が高く、10月後半は個人旅行、団体旅行とともに、紅葉を目的とした訪日旅行の人气が高かった。

② 東南アジア

- **タイ**では、10月は学校の長期休暇となり、4月に次ぐ旅行のピークシーズンである。査証免除となった後、初めての旅行シーズンでもあり、大きく訪日旅行者数を伸ばした。これまでのプロモーション効果とともに、日本が人気の高い旅行先で、旅行会社では訪日旅行商品のラインアップを増やしたこともあり、販売が好調であった。また、訪日旅行の人气を捉えて、旅行以外のタイ地元企業も販売促進キャンペーンの一環として、訪日旅行を懸賞としており、それにより訪日旅行のメディア露出が増え、日本の人气に拍車をかけている。また、企業のインセンティブ訪日旅行も好調である。
- **シンガポール**は、ウェブサイトによる情報提供やキャンペーンによるPR、旅行博でのプロモーションや旅行商品の即売会の成果、アセアン横断の共同広告などによる旅行需要の喚起に加え、円高の是正による旅行費用の低減により、訪日旅行者数が増加した。

2. 豪州、北米

- **豪州**は、10月の訪日旅行者数の伸び率は低かったが、旅行会社によると、12月からのスキー旅行向けの旅行商品は好調で、今後の訪日旅行者数の増加が期待される。
- **米国**は、10月上旬の連邦政府機関の閉鎖による海外旅行への影響が懸念されたが、訪日旅行者数は前年同月比10.7%で増加した。要因として、これまでの共同広告やオンライン広告などのプロモーションに加え、円高の是正が定着していることが挙げられる。
- **カナダ**は、航空券のプロモーション運賃を目玉にした航空会社との共同広告キャンペーンが、訪日旅行の需要喚起をするとともに、他の航空会社の運賃値下げを促したため、訪日旅行者数の増加に寄与した。また、教育旅行やインセンティブツアーなどのグループツアーが比較的好調で、訪日旅行者数を押し上げた。

3. 欧州(英・仏・独)

- **英国**は、10月は訪日旅行のピークシーズンであり、堅調であった。ロードショー形式で旅行会社を訪問し、旅行商品の販売員にトレーニングや情報提供を継続的に行っており、訪日旅行の販売支援を行っている。
- **フランス**は、パリ市内で年度当初に実施した航空会社との共同広告により、好調な販売実績を示しており、プロモーション効果が浸透してきている。また円高の是正が進行していることで、訪日旅行の滞在経費に割安感がでてきていることが、訪日旅行者数の増加要因となっている。
- **ドイツ**では、実際に旅行をする3~6カ月前に旅行を申し込むが、昨秋以来、共同広告を継続していることが、訪日旅行者数が堅調に伸びている要因である。

