



山梨県富士吉田市
新倉山浅間公園（下吉田駅）

2017年11月21日
日本政府観光局（JNTO）
理事 山崎 道徳

目次

1. JNTOの概要および本事業について
2. 観光立国の実現にむけて
3. 訪日インバウンドの動向
4. 地域に訪日インバウンド客を誘致するために

1. JNTOの概要および本事業について

日本政府観光局（JNTO）の概要

Vision : 私たちが目指すこと

私たちは、日本のインバウンド旅行市場を拡大する政府観光局として、**国民経済の発展、地域の活性化、国際的な相互理解の促進、日本のブランド力向上**を実現することにより、未来の日本をより豊かに、元気に、明るくすることを目指します。

組織概要

- **正式名称**：独立行政法人 国際観光振興機構（国土交通省 観光庁所管）
 ※通称として「日本政府観光局」、略称として「JNTO」
 （英文名称:Japan National Tourism Organization）を使用

JNTOの活動

JNTOは世界20都市に海外事務所を持ち、外国人の訪日旅行の促進に向けて、海外現地目線に立ったプロモーション、マーケティングを行っている。



日本政府観光局（JNTO）の概要

組織拠点

- 国内拠点：本部（東京）
- 海外拠点：20事務所
(ソウル、北京、上海、香港、バンコク、シンガポール、ジャカルタ、シドニー、ロンドン、フランクフルト、パリ、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロント、モスクワ、クアラルンプール、ハノイ、デリー、ローマ、マドリード)
※マニラは新規開設予定



国内での取り組みの強化

『地域プロモーション連携室』の設置（2017年9月新設）

◎地域と共に、訪日インバウンドにおけるプロモーション活動を促進！

- ・地方ブロックの専任職員が専用連絡窓口として、各地域の観光事業者と緊密に連携。

- ▽北海道、東北、関東 地域担当
- ▽北陸、信越、中部 地域担当
- ▽近畿、中国、四国 地域担当
- ▽九州、沖縄 地域担当

- ・訪日インバウンドへの取り組み事例を発信するため、地域インバウンド促進サイト「日本の魅力を、日本のチカラに。」をスタート。

- ・地域の訪日インバウンドプロモーションを共に考えるため、インバウンドワークショップ・ビジネスセミナーの開催。



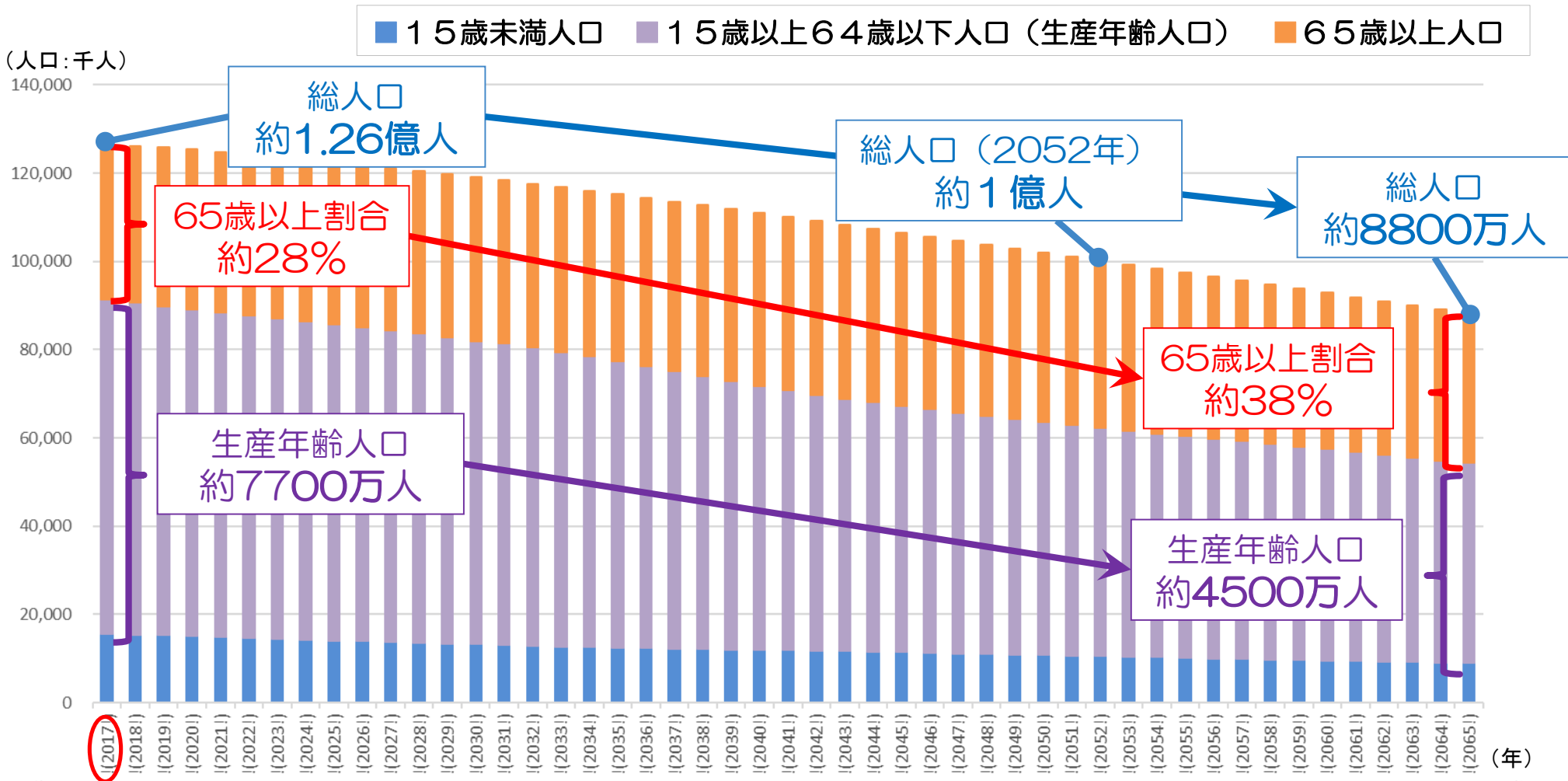
「日本の魅力を、日本のチカラに。」

WEBサイトイメージ

2. 観光立国の実現にむけて

人口減少・少子高齢化社会の到来

- ・今後、人口減少が進み、2052年には1億人程度となる見通し。
- ・少子高齢化が急速に進行し、**2065年には総人口の約38%が65歳以上**になる見通し。



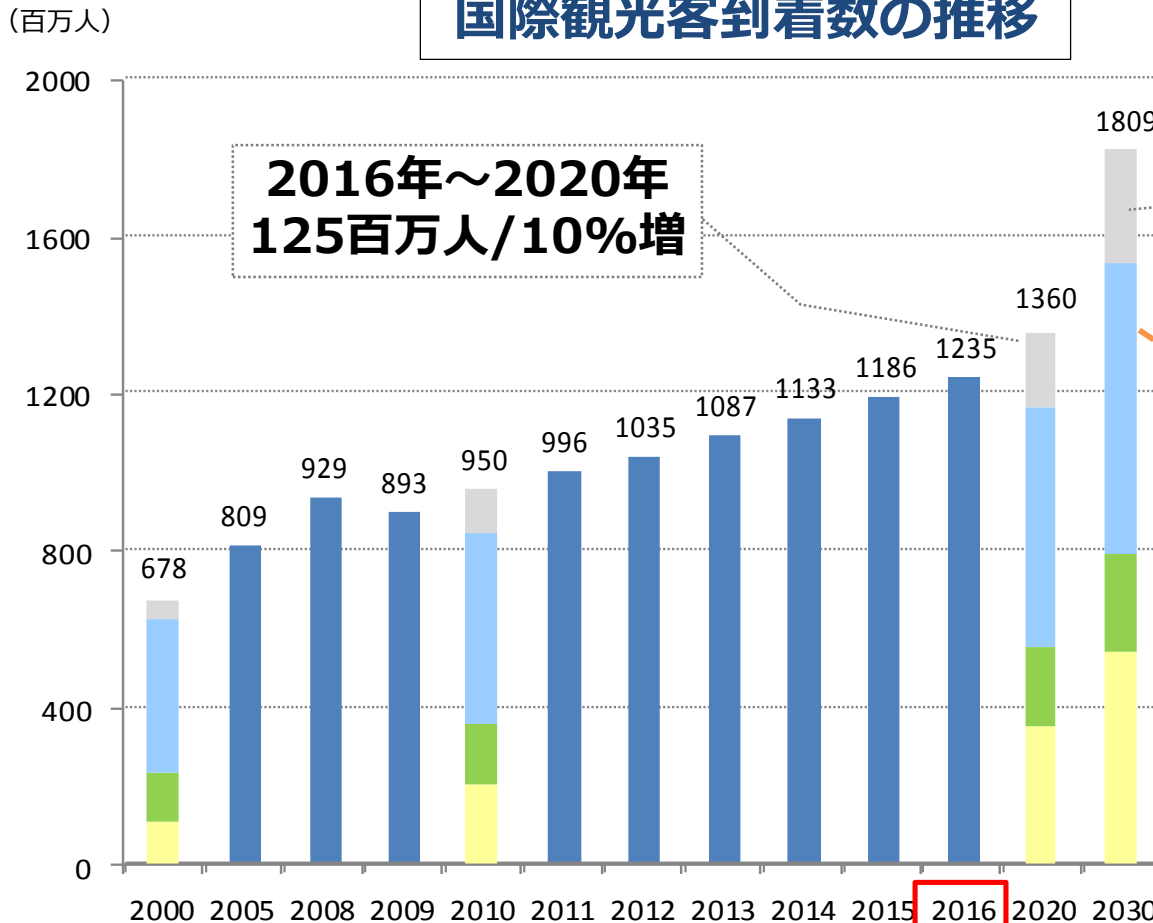
(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成29年・中位推計))

世界の観光動向：国際観光客数は着実に拡大

拡大を続ける世界旅行市場 (出典：UNWTO(国連世界観光機関))

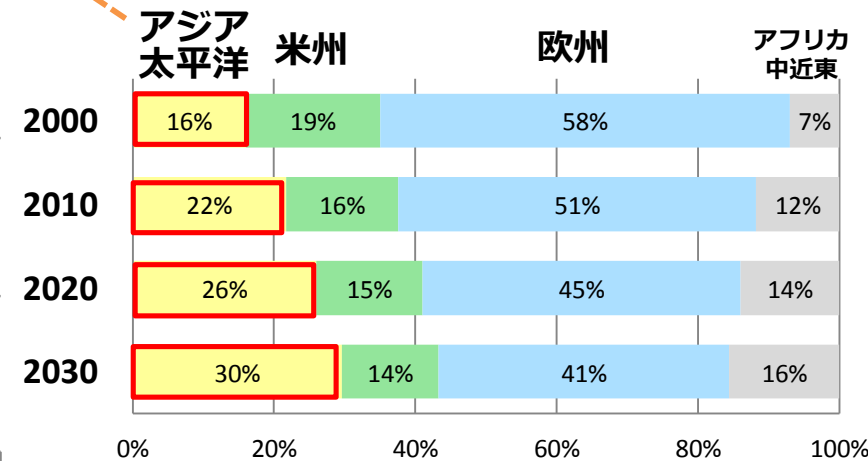
- 2016年の国際観光客到着数は**12億3500万人 (+3.9%)**

国際観光客到着数の推移



2020年～2030年
449百万人/33.0%増

地域別シェア：アジア市場拡大の推移



世界の観光：主な指数 (出典：UNWTO)

**全世界の
GDPの10%**
(日本：GDPの7.4%)

**10人に1人を
雇用**
(日本：14.5人に1人)

**全世界の
輸出額の7%**
(日本：輸出額の4.4%)
**観光輸出額は
1.4兆ドル**
(日本：324億ドル)



※上記はいずれも直接寄与と間接寄与の合計。

観光立国の意義

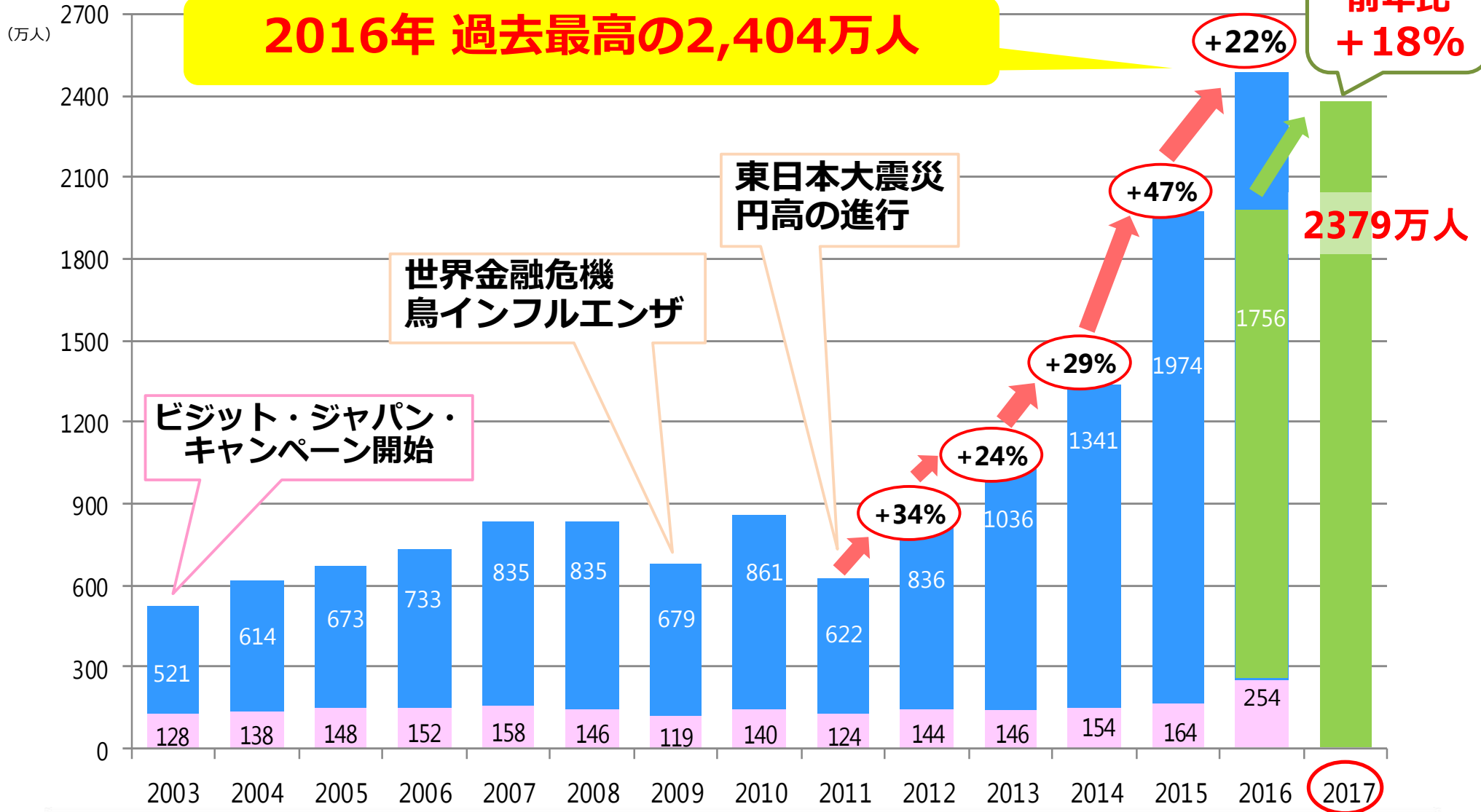
1. 国際観光の推進はわが国のソフトパワーを強化するもの ⇒ **外交を補完**
2. 観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札 ⇒ **高い経済効果**
3. 交流人口の拡大による地域の活性化 ⇒ **雇用創出・地方創生の切り札**
4. 観光立国により国民が誇りと自信を取り戻す ⇒ **国の価値の再認識**



～ 観光交流人口の拡大による日本の再生 ～

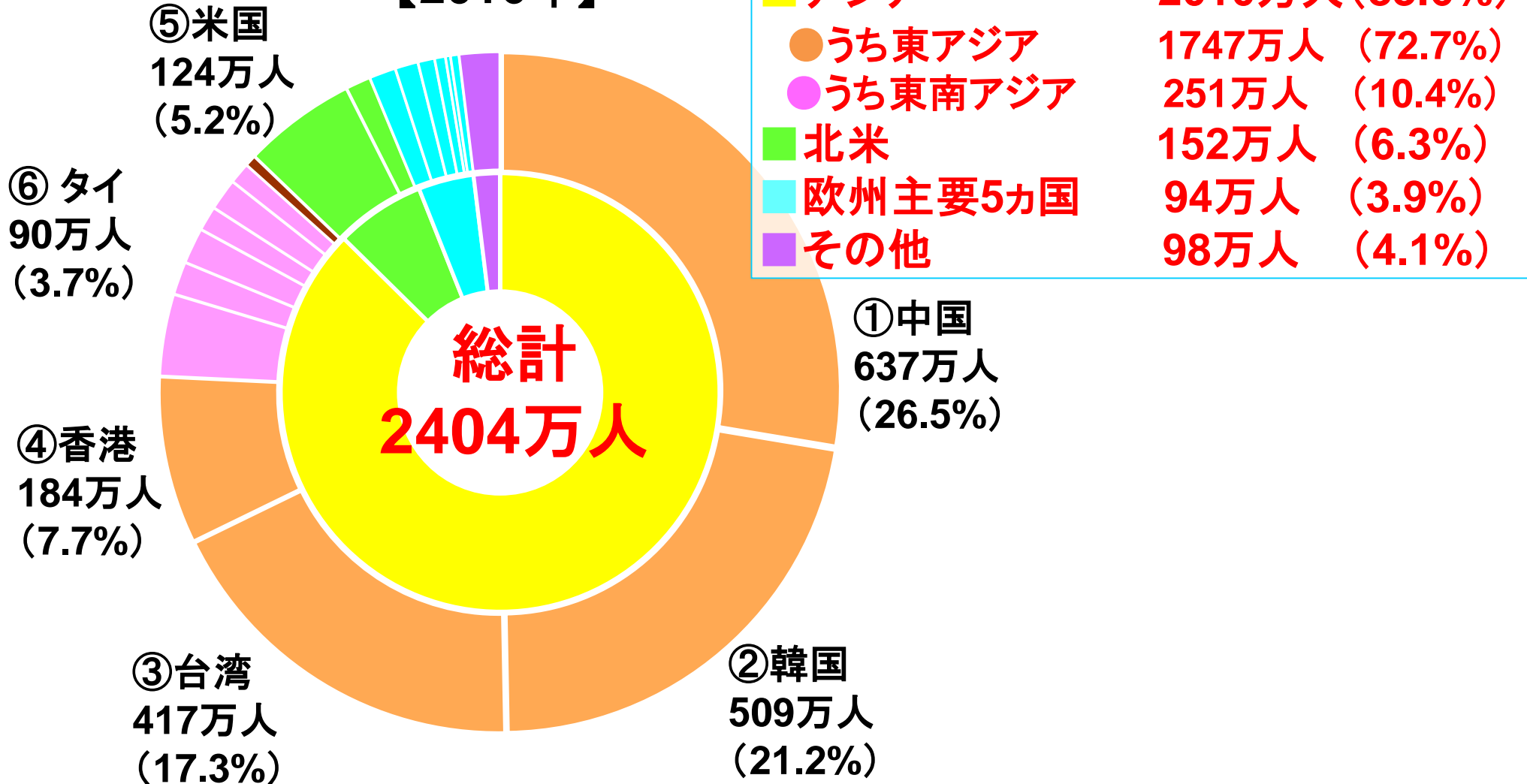
3. 訪日インバウンドの動向

訪日外客数の推移

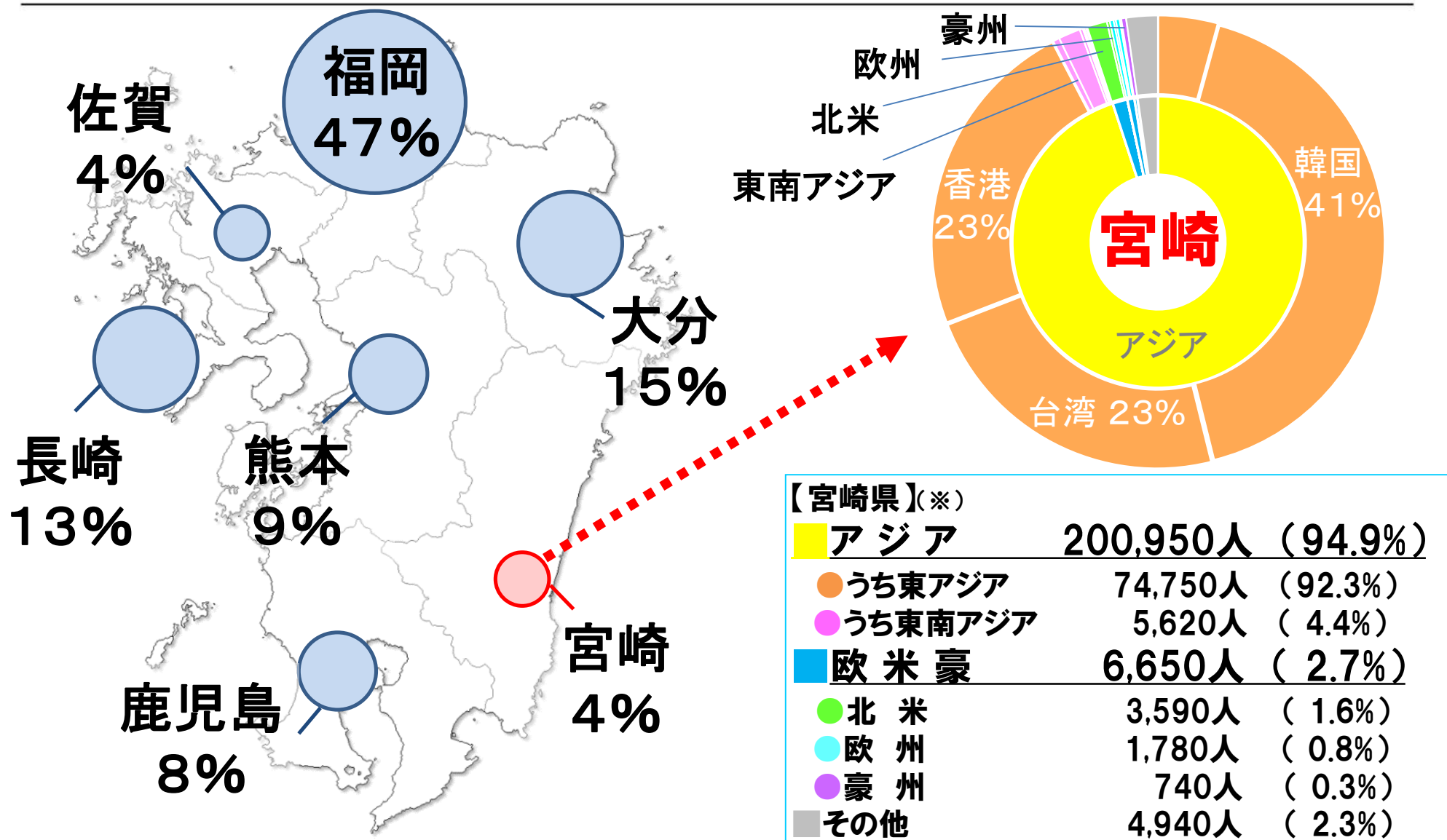


訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

【2016年】



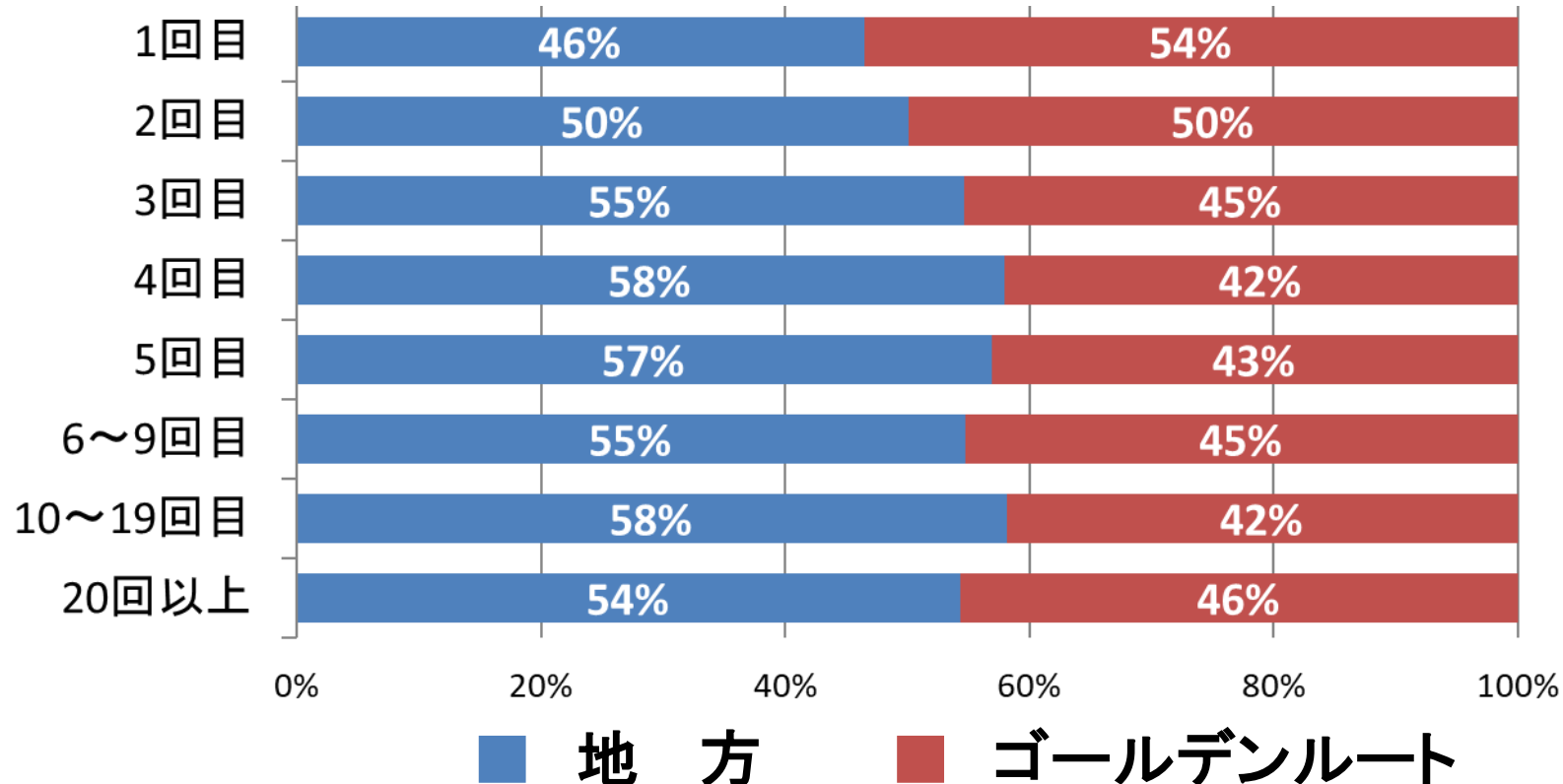
九州における訪日外国人宿泊場所比率と 宮崎県内の国別外国人宿泊者



※上記は従業員10名以上の宿泊施設の延べ宿泊者数 16

地方への訪日外国人の来訪状況

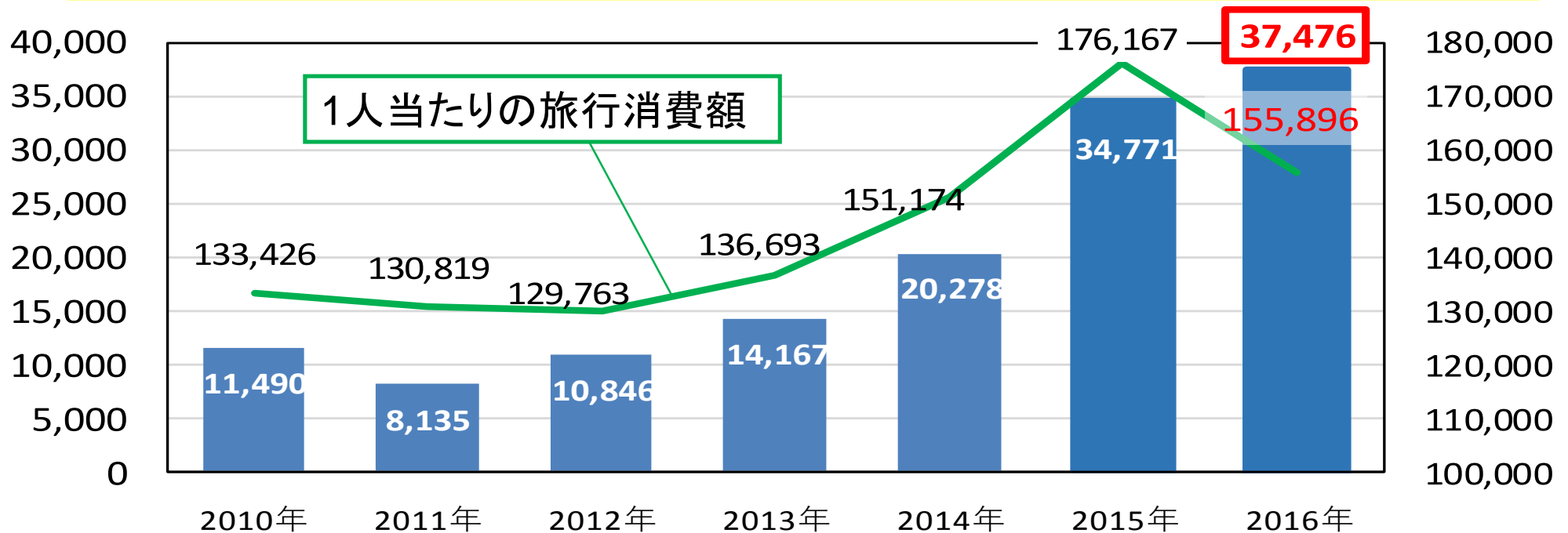
- ・初めての訪日でも、5割近くが地方を訪問
- ・**リピート回数が増えると、ゴールデンルート以外の訪問率がさらに上昇！**



(便宜上、東京、京都、大阪、兵庫、千葉、山梨、静岡、愛知、奈良の9都府県を「ゴールデンルート」、それ以外を「その他」と定義した場合)

年間の旅行消費額と1人当たり旅行支出の推移

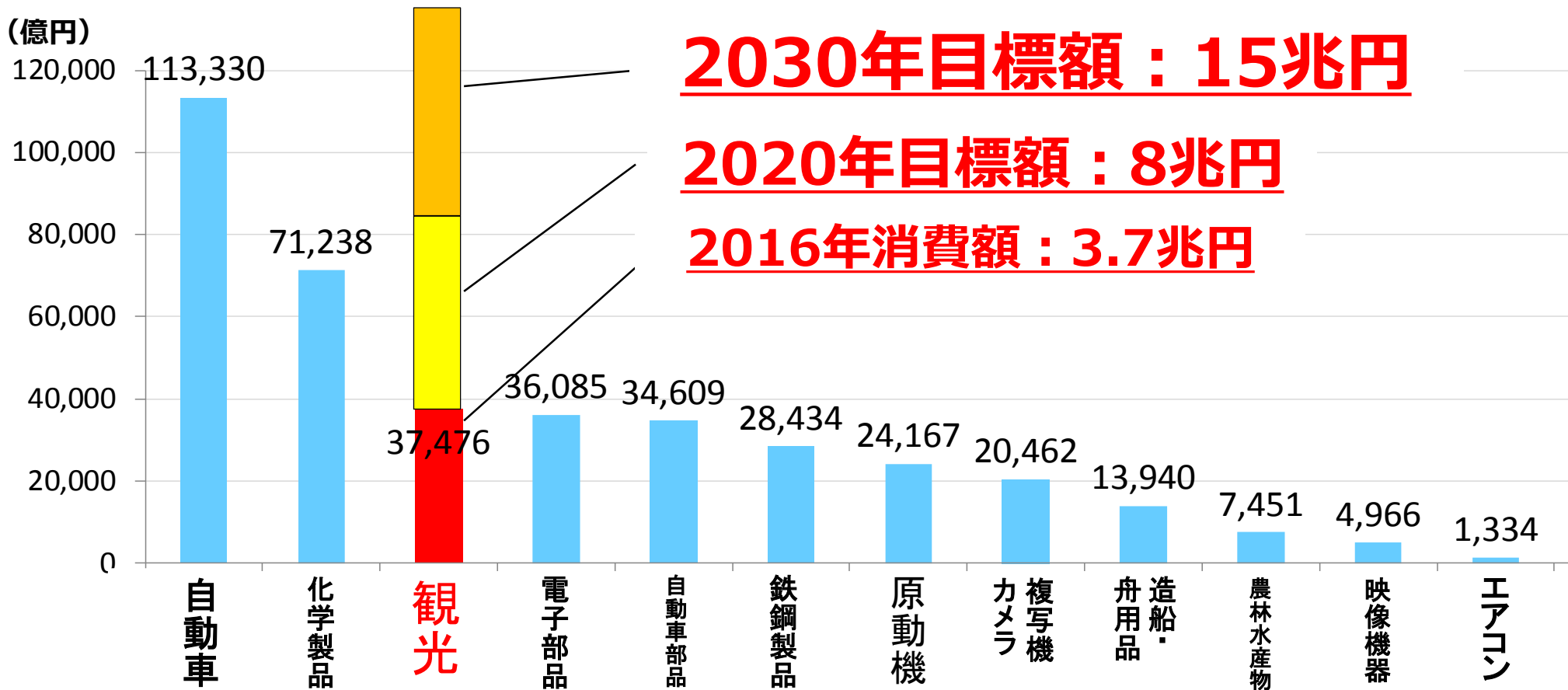
- 訪日外国人旅行消費総額… **3兆7,476億円（前年比7.8%増）**
 - 訪日外国人の旅行支出額… **15万5,896円/人**
- 定住人口1人分の年間消費 ≒ 訪日外国人8人分の消費**



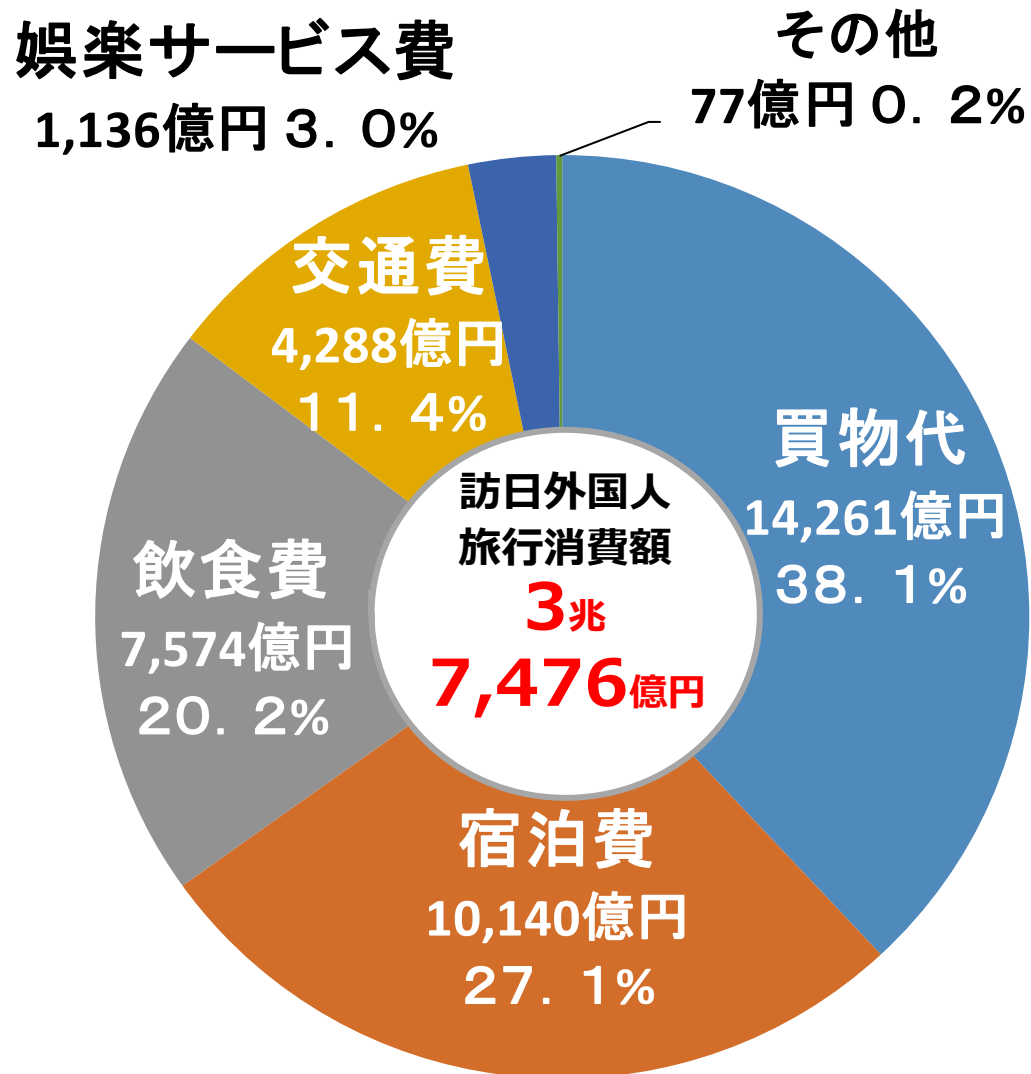
■ 旅行消費額（億円）・左目盛

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較

2016年の訪日外国人旅行消費額は**3兆7,476億円**で、
電子部品の輸出額を超える**第3位**の規模となっている。
2030年目標を達成すれば15兆円で一気に首位へ！



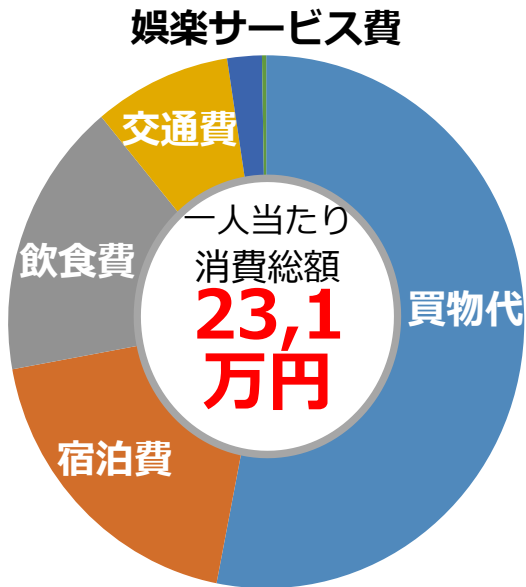
旅行消費額の費目別構成比(2016年)



- ① 買物代 38.1%
- ② 宿泊費 27.1%
- ③ 飲食費 20.2%
- ④ 交通費 11.4%
- ⑤ 娯楽サービス費 3.0%

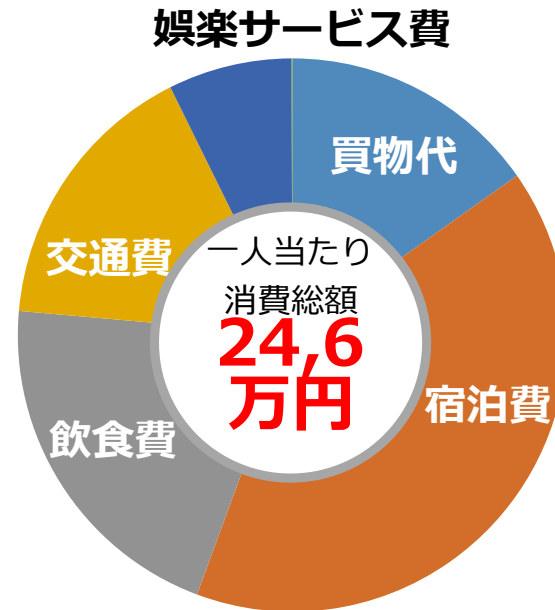
※出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」H28年間確報値

訪日外国人の旅行消費特性（費目別旅行支出2016年）



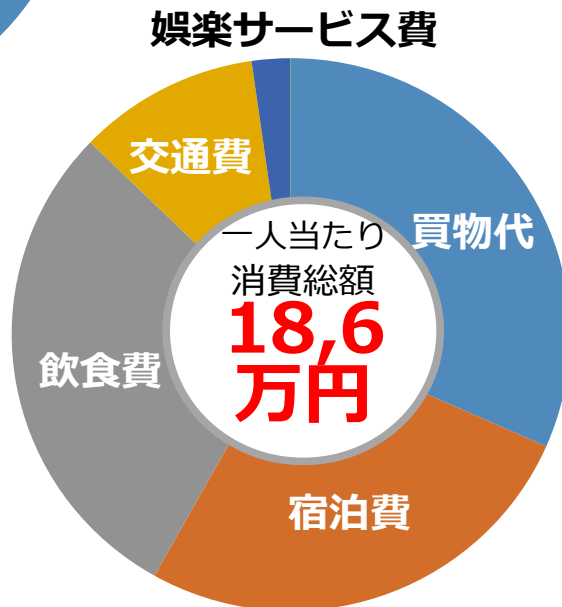
中国

- 1 買物代 53%
- 2 宿泊費 19%
- 3 飲食費 17%
- 4 交通費 9%
- 5 娯楽サービス費 2%



オーストラリア

- 1 宿泊費 40%
- 2 飲食費 21%
- 3 交通費 16%
- 4 買物代 15%
- 5 娯楽サービス費 7%

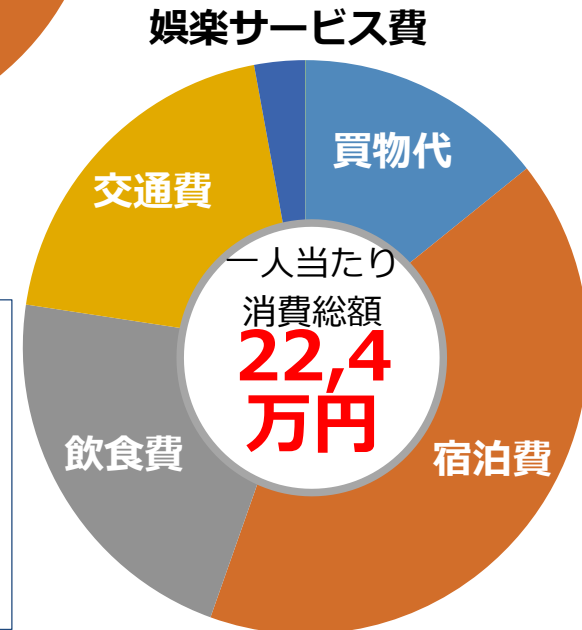


ベトナム

- 1 買物代 32%
- 2 飲食費 29%
- 3 宿泊費 26%
- 4 交通費 11%
- 5 娯楽サービス費 3%

スペイン

- 1 宿泊費 41%
- 2 飲食費 22%
- 3 交通費 20%
- 4 買物代 14%
- 5 娯楽サービス費 3%



4.地域に訪日インバウンド客を誘致するために

プロモーションを考えるまでに必要なプロセス

組織作り 目標設定

- **役割の決定**
誰が、いつまでに、何をやる?
- **仕組み作り**
取組状況の進捗確認
- **指標の設定**

- ✓ 先進・成功地域へのヒアリング
- ✓ 地域内での合意の形成
- ✓ 取組計画の策定
- ✓ 指標設定 等

観光庁
地方運輸局
へ相談可能

資源・商品作り

- **観光資源の
発掘と磨き上げ**
- **旅行者の動き**
のデータの把握
- **周辺地域と連携**
- **旅行商品化**

- ✓ 資源・ルートの評価・調査
- ✓ ルート分析・評価
- ✓ ストーリー作り(資源×ターゲット)
- ✓ 価格設定 等

地方運輸局
(磨き上げ、DMO作り)
JNTO(資源・ルートの評価)
へ相談可能

環境整備

- **移動手段の整備**
- **地域理解のため**
のものを作る
- **楽しむため**のものを作る
- **発信する**環境を整える

- ✓ ニーズチェック
- ✓ インフラチェック(ソフト・ハード)
- ✓ 人的体制チェック 等

地方運輸局(インフラ類)
JNTO(デジタルマーケティング)
へ相談可能

階層別インバウンドプロモーションの特性



DMO＝観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

(参考) 訪日外国人が訪日前に期待すること

調査対象市場	訪日前に最も期待していたこと		
	1位	2位	3位
韓国	日本食	ショッピング	温泉入浴
中国	自然・景勝地観光	ショッピング	日本食
台湾	自然・景勝地観光	日本食	ショッピング
香港	日本食	自然・景勝地観光	ショッピング
タイ	日本食	ショッピング	自然・景勝地観光
シンガポール	日本食	自然・景勝地観光	ショッピング
マレーシア	日本食	自然・景勝地観光	ショッピング
英国	日本食	自然・景勝地観光	歴史・伝統文化体験
フランス	日本食	自然・景勝地観光	日本の日常生活体験
米国	日本食	自然・景勝地観光	歴史・伝統文化体験
豪州	日本食	スキー・スノーボード	歴史・伝統文化体験

出典：訪日外国人消費動向調査（2016年）暦年

(参考) 訪日外国人から寄せられた代表的な困りごと

——ショッピングに対する不満——

- ・クレジットカード決済ができる店が少ない
- ・海外クレジットカード対応のATMが少ない
- ・オンラインでの予約・決済に対応していない
- ・ショッピング含め、夜に楽しめる場所が足りない

——施設や設備に対する不満——

- ・Wi-Fiの設置が少ない、利用手続きが面倒
- ・タトゥーをしていると浴場を利用できない
- ・洋式トイレが少ない

——言語対応に対する不満——

- ・多言語対応が不足している
(WEB、案内板、飲食店のメニュー、
コインロッカー等)
- ・通訳ガイド等、インバウンド対応ができる人材不足

——交通機関に対する不満——

- ・電車内に大きいスーツケースが置けない
- ・レールパスで私鉄に乗れない、
家族割がほしい

ご清聴ありがとうございました。