

※ 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 28 年 1 月 19 日

理事長 松山 良一

2015 年 過去最高の 1,973 万 7 千人！！ 45 年ぶりに訪日外客数と出国日本人数が逆転。

訪日外客数(2015 年 12 月および年間推計値)

◇2015 年 12 月 : 前年同月比 43.4%増の 177 万 3 千人

◇2015 年 1~12 月 : 前年比 47.1%増の 1,973 万 7 千人

【年間】

- 2015 年の訪日外客数は前年比 47.1%増の 1,973 万 7 千人で、JNTO が統計を取り始めた 1964 年以降、最大の伸び率となった。過去最高であった 2014 年の 1,341 万 3 千人を 600 万人余り上回り、1970 年以来 45 年ぶりに訪日外客数が出国日本人数を上回った。

主な要因は、クルーズ船の寄港増加、航空路線の拡大、燃油サーチャージの値下がりによる航空運賃の低下、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションによる訪日旅行需要の拡大。

円安による割安感の定着、ビザの大幅緩和、消費税免税制度の拡充等も増加を後押しした。

- 市場別では、主要 20 市場のうち、ロシアを除く 19 市場が年間での過去最高を記録し、中でも中国は前年比 107.3%増の 499 万人に達し初めて最大市場となった。

その他、米国が欧米市場で初めて 100 万人を超えたほか、東南アジア 6 市場 (タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム) が合計で 200 万人を超える規模となった。

【12 月】

- 2015 年 12 月の訪日外客数は、前年同月比 43.4%増の 177 万 3 千人で、これまで 12 月として過去最高であった 2014 年 (123 万 6 千人) を 53 万 7 千人上回った。
- 市場別では、韓国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、豪州、カナダが単月として過去最高を記録。これらの市場に加え、ロシアを除く 13 市場が 12 月として過去最高を記録した。

* 月別推計値と 2003 年以降の訪日外客数は、下記のリンクからダウンロードできます。

月別推計値 :

http://www.jnto.go.jp/jpn/news/data_info_listing/pdf/160119_monthly.xls

国籍/月別 訪日外客数 (2003 年~2015 年) :

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2003_15_tourists.xls

最新の市場動向トピックス :

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/basic.html

※ 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 :
インバウンド戦略部 調査・コンサルティンググループ
TEL : 03-3216-1901



平成27年 訪日外客数・出国日本人数

2015 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers

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

平成28年1月19日
19/Jan/2016

(単位:人 / Unit: Persons)

月 Month	訪日外客数 Visitor Arrivals			出国日本人数 Japanese Overseas Travelers		
	平成26年 2014	平成27年 2015	伸率 Change %	平成26年 2014	平成27年 2015	伸率 Change %
1 Jan.	944,009 (730,519)	1,218,393 (978,476)	29.1 (33.9)	1,253,404	1,235,612	-1.4
2 Feb.	880,020 (688,902)	1,386,982 (1,207,242)	57.6 (75.2)	1,404,873	1,257,154	-10.5
3 Mar.	1,050,559 (802,434)	1,525,879 (1,236,489)	45.2 (54.1)	1,596,751	1,534,026	-3.9
4 Apr.	1,231,471 (1,020,474)	1,764,691 (1,528,848)	43.3 (49.8)	1,189,132	1,144,833	-3.7
5 May	1,097,211 (892,577)	1,641,734 (1,411,626)	49.6 (58.2)	1,280,765	1,262,103	-1.5
6 Jun.	1,055,273 (866,883)	1,602,198 (1,398,845)	51.8 (61.4)	1,289,029	1,190,806	-7.6
1~6 Jan.-Jun.	6,258,543 (5,001,789)	9,139,877 (7,761,526)	46.0 (55.2)	8,013,954	7,624,534	-4.9
7 Jul.	1,270,048 (1,080,552)	1,918,356 (1,712,803)	51.0 (58.5)	1,414,912	1,309,957	-7.4
8 Aug.	1,109,569 (903,919)	1,817,023 (1,584,484)	63.8 (75.3)	1,783,127	1,653,622	-7.3
9 Sep.	1,099,102 (846,241)	1,612,208 (1,346,488)	46.7 (59.1)	1,520,863	1,525,777	0.3
10 Oct.	1,271,705 (1,029,922)	1,829,265 (1,564,772)	43.8 (51.9)	1,417,766	1,412,466	-0.4
11 Nov.	1,168,427 (943,831)	* 1,647,600	* 41.0	1,355,246	1,339,246	-1.2
12 Dec.	1,236,073 (1,074,350)	* 1,773,100	* 43.4	1,397,520	* 1,346,500	* -3.7
7~12 Jul.-Dec.	7,154,924 (5,878,815)	* 10,597,600	* 48.1	8,889,434	* 8,587,600	* -3.4
1~12 Jan.-Dec.	13,413,467 (10,880,604)	* 19,737,400	* 47.1	16,903,388	* 16,212,100	* -4.1

◆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: 平成26年は確定値、平成27年1月～10月は暫定値、*部分は推計値である。

◆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: 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。

◆注5: ()内は、総数のうちの観光客数である。

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

◆Note 2. The figures for 2014 are definitive, and Jan-Oct. 2015 are provisional, while * stands for the preliminary figures estimated by JNTO.

◆Note 3. Provisional and definitive figures for Visitor Arrivals are compiled by JNTO (source: Ministry of Justice), and 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.

2015年12月 訪日外客数 (JNTO推計値)

Visitor Arrivals for Dec. 2015 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2014年 12月	2015年 12月	伸率(%)	2014年 1月～12月	2015年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	1,236,073	1,773,100	43.4	13,413,467	19,737,400	47.1
韓国	South Korea	270,903	415,700	53.4	2,755,313	4,002,100	45.3
中国	China	189,973	347,100	82.7	2,409,158	4,993,800	107.3
台湾	Taiwan	211,986	265,800	25.4	2,829,821	3,677,100	29.9
香港	Hong Kong	106,236	157,400	48.2	925,975	1,524,300	64.6
タイ	Thailand	76,264	93,500	22.6	657,570	796,700	21.2
シンガポール	Singapore	47,836	67,000	40.1	227,962	308,800	35.5
マレーシア	Malaysia	39,305	50,300	28.0	249,521	305,500	22.4
インドネシア	Indonesia	23,718	29,300	23.5	158,739	205,100	29.2
フィリピン	Philippines	21,793	32,700	50.0	184,204	268,300	45.7
ベトナム	Vietnam	7,943	10,300	29.7	124,266	185,400	49.2
インド	India	6,047	6,700	10.8	87,967	103,200	17.3
豪州	Australia	37,609	49,400	31.4	302,656	376,200	24.3
米国	U.S.A.	73,539	89,900	22.2	891,668	1,033,200	15.9
カナダ	Canada	17,692	22,000	24.3	182,865	231,400	26.5
英国	United Kingdom	16,912	19,400	14.7	220,060	258,500	17.5
フランス	France	12,977	14,300	10.2	178,570	214,300	20.0
ドイツ	Germany	8,935	10,200	14.2	140,254	162,600	15.9
イタリア	Italy	6,788	8,400	23.7	80,531	103,200	28.1
ロシア	Russia	3,924	3,900	-0.6	64,077	54,400	-15.1
スペイン	Spain	3,337	4,900	46.8	60,542	77,200	27.5
その他	Others	52,356	74,900	43.1	681,748	856,100	25.6

◆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：上記の2014年の数値は確定値、2015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.

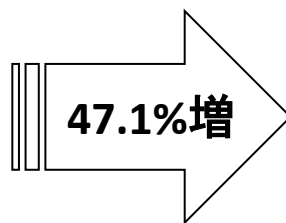
◆Note 2. Visitor Arrivals are compiled by JNTO (source: Ministry of Justice).

◆Note 3. Above figures for 2014 are definitive, and for 2015 are preliminary.

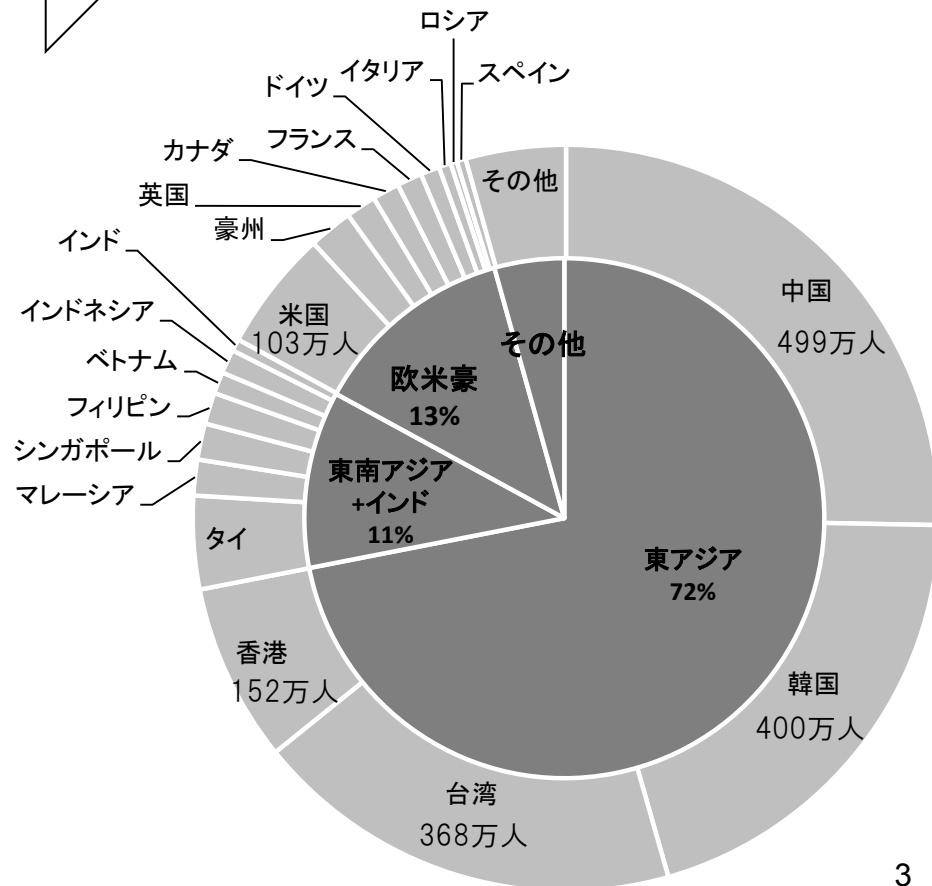
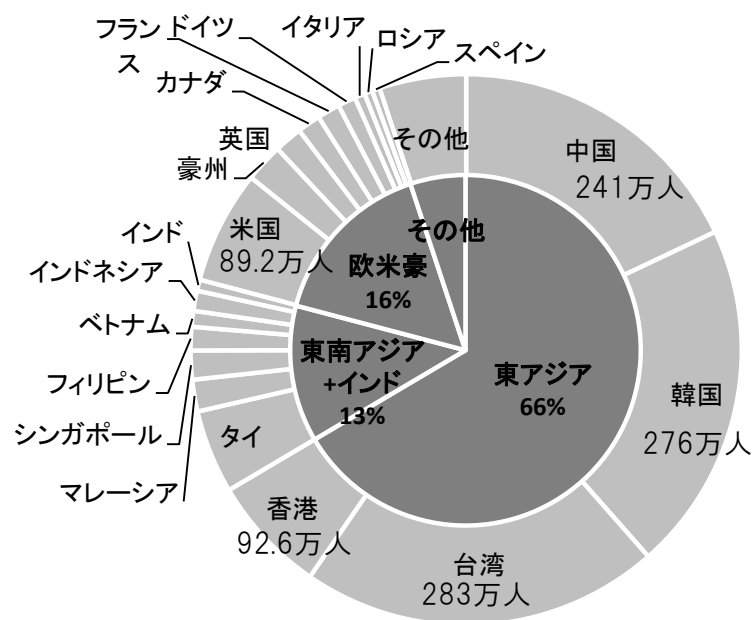
訪日外客数のシェアの比較

2014年/2015年 年計

2014年
1,341万3千人



2015年
1,973万7千人



地域別訪日旅行市場の概況（年間総括）

1. アジア

- **韓国**の訪日旅行者数は4,002,100人で過去最高を記録、初めて年計で400万人を超えた（これまでの過去最高は2014年2,755,313人）。年間を通して毎月25万人以上の送客が継続。5月に韓国国内で中東呼吸器症候群（MERS）の感染が確認されたことを受け、6月の訪日客数も伸率が抑えられたが、訪日旅行プロモーションの効果もあり、その後は徐々に勢いを取り戻した。韓国の出国者数は年々増加傾向にあり、2015年11月までの累計で17,528,715人（前年同期比19.6%）であった。なかでも訪日旅行者数の伸びは前年比45.3%（2015年累計）と非常に高く、韓国市場における人気ぶりが窺える。特に関西や九州、沖縄方面に人気があり、格安航空会社（LCC）を中心に航空路線も拡充された。地方への誘客に向け、主要駅など訴求力の高いエリアでの広告掲出を実施。当該広告は、2015年に22回目を迎えた大韓民国広告大賞の印刷広告部門において訴求力の高さが認められ、外国政観としては15年ぶり2度目となる受賞を果たした。
- **中国**の訪日旅行者数は4,993,800人で過去最高を記録、500万人に迫る年計となった（これまでの過去最高は2014年2,409,158人）。比較的安定していた日中関係や消費税免税制度の拡充、円安、中国経済の成長に伴う海外旅行者数の増加が訪日需要を喚起。航空路線の新規就航や既存路線の増便が相次いだほか、クルーズ船寄港の大幅増加等による日中間の輸送力の拡充も旺盛な需要を支えた。このような良好な外部環境のもと、訪日旅行プロモーションが奏功した。特に、北京、上海、広州の三大市場のみならず瀋陽や青島、南京、成都等の地方都市において、JNTOが重点ディステーションに定めた九州への誘客促進策をはじめ市場特性に合わせた事業を多数実施したことにより、訪日旅行市場全体の需要が底上げされた。なお、2015年10月からJNTOのウェブサイト・SNS（微博）に4コマ漫画を連載し、中国人旅行者に日本文化やマナーへの理解を深めてもらうことにも努めている。
- **台湾**の訪日旅行者数は3,677,100人で過去最高を記録、初めて年計で300万人を超えた（これまでの過去最高は2014年2,829,821人）。LCCを中心とした航空路線の拡充や季節需要に合わせたチャーター便運航、円安の継続、九州・沖縄へのクルーズ船寄港の増加が旺盛な需要の背景にある。特に、クルーズツアーについては、例年オフシーズンとなる秋以降も催行されるなど、人気を反映している。訪日旅行プロモーションも多岐に渡り、5月に開催した台北と高雄の旅行博では、訪日旅行商品の販促を行い、数万人規模の需要を獲得した。6月には中国地方、8月には四国地方をPRする広告を掲載し、団体旅行・個人旅行（FIT）双方の需要を喚起した。また秋季は、日本各地への紅葉鑑賞が人気を博し、台湾の出国先において4月から11月まで8か月連続で日本が首位となった。
- **香港**の訪日旅行者数は1,524,300人で過去最高を記録、初めて年計で100万人を超えた（これまでの過去最高は2014年925,975人）。香港からの空路出境者数は8,599,178人（2015年1月-10月）で、前年同期比13.3%と拡大する中、2015年の訪日旅行者数は前年比64.6%と大幅に伸長した。航空路線の拡充や円安傾向の持続により、訪日旅行の割安感が浸透している。リピーター比率の大きい香港では、地方の魅力を訴求する訪日旅行プロモーションを強化。四国及び中部・北陸地方の観光地の画像を使用し、旅行会社と連携して季節に合わせた共同広告を掲載したほか、秋以降はBtoCセミナーや人気旅行雑誌の招請等を行い、個人旅行（FIT）需要を喚起した。広島や熊本、宮崎など地方空港への直行便就航や、札幌、関西、米子、松山、北九州などへの大手旅行会社のチャーター便運航により行き先が多様化し、訪日旅行の裾野が拡大した1年となった。人口約720万人に対し約5人に1人が訪日している香港市場では、今後も地方誘客に向けた訪日旅行プロモーションを強化し、更なるリピーターの獲得を目指す。

2. 東南アジア

東南アジアでは、6市場（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）の合計が初めて200万人を超えた。2013年に掲げた「100万人プラン」（※東南アジア6市場から2013年内100万人、2016年内200万人達成計画）のもと、官民一体となって展開してきた訪日旅行プロモーションの成果が、査証緩和や東南アジア経済の成長に伴う海外旅行者数の増加などの諸要因との相乗効果により実を結び、大幅な需要拡大が実現された。

- **タイ**の訪日旅行者数は796,700人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2014年657,570人）。ソックラン休暇のあった4月には観桜需要が膨らみ、東南アジア市場で初めて単月10万人超えを達成した。2015年は、国際民間航空機関(ICA0)によるタイの航空局の安全性の問題からLCCの運航継続が断念された。さらに8月にはバンコクでの爆破テロ事件が発生するなど向かい風もあったが、訪日旅行者数への大きな影響は見られなかった。8月半ばから「JAPAN STORY」をテーマに、地方の観光魅力の発信等多岐に渡る訪日旅行プロモーションを展開した。また、11月に実施した「FIT FAIR」の来場者数(約4.6万人)および販売実績5,892人(前年比20%増)は史上最高となり、12月の訪日者数を大きく押し上げた。
- **シンガポール**の訪日旅行者数は308,800人となり、過去最高を記録、初めて年計で30万人を超えた（これまでの過去最高は2014年227,962人）。韓国でのMERS感染拡大を受けた振替需要が年末まで継続。燃油サーチャージ安や航空会社各社のセールスプロモーションの他、建国50周年を祝う連休も旅行行動を後押しし、訪日旅行者数の増加要因となった。訪日旅行プロモーションとしては、ピークシーズンである5月-6月と11月-12月を見据え、現地女性に人気の大手スーパーチェーン店やオンライン旅行エージェント(OTA)とタイアップした訪日旅行プロモーション等を実施した。特に12月は、同月1日から日本で開催された「Japan Shopping Festival」に合わせた訪日キャンペーンの開催や、クリスマス休暇が3連休となったことも追い風となり、単月過去最高の67,000人を記録した。
- **マレーシア**の訪日旅行者数は305,500人で過去最高を記録、初めて年計で30万人を超えた（これまでの過去最高は2014年249,521人）。GST(物品・サービス税)導入やリングgit安などによる消費意欲の減退が心配されたが、2月からプラス成長を維持した。この背景には、航空路線の新規就航や旅行博での販促活動をはじめとした訪日旅行プロモーションの効果などがある。桜やラベンダー、紅葉の鑑賞が人気で、旅行会社各社が打ち出した格安の関連商品によりFITを中心に需要が増加した。7、9、10月にはインセンティブ旅行需要も活性化し、訪日者数の上乘せに寄与。また、ムスリムへの情報発信も進めており、訪日に際しての不安を払拭すべく独自にTV番組を制作した。年間最大の旅行シーズンとなる12月を見据えた訪日旅行プロモーションも奏功し、訪日者数は前年比22.4%増(2015年累計)の高い伸びとなった。
- **インドネシア**の訪日旅行者数は205,100人で過去最高を記録、初めて年計で20万人を超えた（これまでの過去最高は2014年158,739人）。急速なルピア安の進行や経済の低迷が続く中、日本は主要旅行先の中で唯一、前年比2桁増を維持した。安定した需要を支えているのは、IC旅券保持者への査証緩和措置や燃油サーチャージの引き下げ、訪日旅行プロモーションの効果などである。4月はインドネシア人歌手の日本公演に合わせて約1,700人が訪日する特殊要因もあり、前年比37.9%と大幅に伸長。5月には誘致活動の成果が結実し現地保険会社社員約1,100人が報奨旅行で訪れた。さらに、6月の学校休暇と7月のレバラン(断食明け)休暇の日程が近づき、需要の一部が7月に先送りされたことなどにより、6月の伸率は一桁に留まった。しかしその分、7月は52.0%増で単月としても過去最高となった。11月には日インドネシア文化経済観光交流団のジャカルタ訪問に合わせ、JNT0が両国間の観光交流拡大に向けたシンポジウム、日本に特化した旅行フェアや商談会を主催するなど、時宜を得た訪日旅行プロモーションが着実に成果に結びついている。
- **フィリピン**の訪日旅行者数は268,300人で過去最高を記録(これまでの過去最高は2014年184,204人)。年計で初めて20万人を超え、初のトップ10入りを果たした。2015年は前年の査証緩和、航空便の増加、円安ペソ高騰で好調な需要が継続した。2月に出席したフィリピン最大の旅行博「Travel Tour Expo 2015」では、約4,000人が訪日旅行商品を購入するなど春の需要拡大に大きく貢献した。また、イースター休

暇が4月初旬となった影響で3月下旬の需要が大幅に増え、3月の訪日者数は110.8%増加した。秋冬の需要喚起に向けては、消費者向けのキャンペーン等を通じて継続的に紅葉や雪などを訴求。特に11月は、APEC開催に伴うマニラでの特別休暇も追い風となり、訪日者数は53.0%増(前年同月比)と下半期最高の伸びを示した。また、キリスト教遺産巡りをテーマに旅行会社招請やウェブサイトの開設を行い、新たな観光魅力の発信にも力を入れた。

- **ベトナムの訪日旅行者数は185,400人で過去最高を記録(これまでの過去最高は2014年124,266人)。**査証要件の緩和による好影響の持続の他、訪日ツアー販売の拡大に加え、福島・茨城・北九州など地方空港へのチャーター便運航数の増加および当該便を利用した廉価ツアーの販売、日本国内におけるベトナム関連イベント・政府関連行事の実施に伴うミッション団の来日、留学生や技能実習生が増加要因となった。ハネムーンに関連した新たな需要の掘り起こしに取り組むとともに、8月にダナン、11月にはホーチミンで訪日旅行関連のイベントに参加した。公式Facebookに続き、10月にはJNTOとして15番目の外国語サイトとなる越語のウェブサイトを開設。現地のニーズに合う情報発信を強化した結果、訪日旅行への関心が市場で高まった。
- **インドの訪日旅行者数は103,200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2014年87,967人)。**訪日旅行プロモーションの効果を円安等の外的要因が後押しし、特に観光需要が好調な1年となった。最大の旅行シーズンである4月-6月を見据え、大都市の富裕層を狙ったイメージ広告の掲出等を実施。これにより訪日需要が喚起され、桜が見頃となる4月は前年比23.7%と12か月で最も高い伸びを示したのに加え、最大のピーク月である5月には初めて単月で10,000人を超えた。6月および9月の旅行会社招請や、8月のデリー、ムンバイにおける訪日旅行商品の造成勉強会を通じて新たな訪日旅行商品も造成され、全ての月で前年の訪日客数を上回る結果となった。2015年は政府高官の訪印・訪日や、安倍首相の訪印の際、インドの高速鉄道計画に日本の新幹線方式を採用することで合意したことなどが報じられたことも、旅行先としての認知度向上や訪日機運の醸成に一定の貢献をしたものと推察される。

3. 豪州、北米

- **豪州の訪日旅行者数は376,200人で過去最高を記録(これまでの過去最高は2014年302,656人)。**2015年1月に発効された日豪経済連携協定(EPA)や航空路線の新規就航によりビジネス需要も好調であった。5月には、プリンセスクルーズ社のサンプリンセス号が長崎・大阪・横浜に寄港したことも上乗せ要因となり、訪日者数は前年比33.9%と大幅に伸びた。閑散期の需要喚起にも積極的に取り組んでおり、8月はカンタス航空の羽田-シドニー線、成田-ブリスベン線の新規就航に合わせ、航空券と宿泊チケットが当たる共同キャンペーンを6週間にわたって展開し、前年比36.8%増加した。紅葉やスキーリゾートの人気も高く、11月は33.2%、12月は31.4%と多くの需要を吸収した。
- **米国の訪日旅行者数は1,033,200人で過去最高を記録、欧米市場で初めて年間100万人の大台を突破した(これまでの過去最高は2014年891,668人)。**米国経済の安定により個人消費支出が回復、出国者数も増加しつつある中、円安と燃油サーチャージの引き下げによる訪日旅行の割安感が、需要増加の追い風となった。訪日旅行プロモーションの一つとして、9月の国連総会に合わせて行った「訪日旅行セミナー」には、日本の旅行セミナーとしては初めて、安倍首相が出席。需要拡大に向けた力強いメッセージを現地メディアや旅行会社に対して発信した。消費者に向けても、約32,000人を集客した日本文化発信イベント「J-POP サミット」への参加や旅行博への出展を行い、訪日意欲の喚起に努めた。日本国内の観光地は有力媒体にも多数取り上げられており、「National Geographic Traveler」の2015年のBest of Trips 2016に北海道が選出された他、「Travel + Leisure」のWorld's Best Awards(都市部門)で「京都」が2年連続で1位を獲得した。11/30にはJALの成田-ダラス・フォートワース線が新規就航し、米国内陸部・中南米からの需要の掘り起こしにも貢献するものと期待される。
- **カナダの訪日旅行者数は231,400人で過去最高を記録、初めて年計で20万人を超えた(これまでの過去最高は2014年182,865人)。**欧米豪市場で唯一、全ての月で2桁の伸びを記録した。2014年に比べ円高傾向に推移するも、航空座席供給量の増加、旅行会社との共同広告事業や旅行博出展といった訪日旅

行プロモーションの効果により、FIT を中心に需要が喚起された。10 月はカナダ最大の旅行見本市「Salon International Tourisme Voyages」に在外公館や関係各社と共に出展し、3 日間で約 7,000 人が日本ブースを訪れ、併催の訪日旅行セミナーは立ち見が出るほど盛況であった。カナダ協議委員会 (Conference Board of Canada) が調査した 2015 年 1 月-10 月期のカナダ人の旅行先において、日本はアジア・太平洋地域の中で最も高い伸率 (前年同期比 26.5%増) を示しており、旅行先としての更なる認知度向上と需要増加が期待される。

4. 欧州

- **英国**の訪日旅行者数は 258,500 人で過去最高を記録 (これまでの過去最高は 2007 年 221,945 人)。円安と英国経済の緩やかな回復が、訪日旅行プロモーションの効果が反映されやすい状況を創出した。日本行き航空便も経由便を中心に低廉な商品が販売され、訪日意欲を後押ししている。イースター休暇が 4 月上旬になった影響で 3 月の需要が拡大したが、桜が見頃となる 4 月も各社で訪日旅行商品の売上が相次いだ。7 月には、ボーイスカウトの世界大会として山口県で開かれた「第 23 回世界スカウトジャンボリー (WSJ)」に伴う約 4,000 名の訪日が、数値の押し上げに貢献した。英国ではオンラインによる旅行商品の購入が多いことから、航空会社や OTA 等と連携したオンライン広告に力を入れて訪日旅行プロモーションを展開した。また、9 月-10 月に英国でラグビーワールドカップが開催された際には、会期中に日本文化の紹介イベントを併催。様々な機会を捉えた取り組みが訪日機運の高まりに貢献した。
- **フランス**の訪日旅行者数は 214,300 人で過去最高を記録、初めて年計で 20 万人を超えた (これまでの過去最高は 2014 年 178,570 人)。閑散期の需要拡大や更なる市場開拓を視野に、2015 年も多方面で訪日旅行プロモーションを展開した。特に秋以降、2016 年の春夏の旅行シーズンに向け、BtoB、BtoC の両面で事業を展開。事業者向け旅行博「TOP RESA」への出展、駅などパリ市内 200 箇所およびパン袋への広告掲載、仏観光開発機構との日仏共同観光促進キャンペーン等、独自の訴求方法を通じて日本の認知度が向上してきた。11 月にパリ市内で連続テロが発生し、仏全土で非常事態宣言が発令された。外出を控える消費者心理により、12 月の訪日者数は前年比 10.2%と他の月に比べ抑制されたものの、日本行きフライトや訪日旅行商品の予約状況への深刻な影響は確認されなかった。
- **ドイツ**の訪日旅行者数は 162,600 人で過去最高を記録 (これまでの過去最高は 2014 年 140,254 人)。円安基調、過去 24 年の間で最も低水準となった失業率、景況感指数の改善 (11 月 109.0) にみられる独経済の安定が消費者意欲に反映され、安定した需要を維持している。旅行会社において訪日旅行商品の販売意欲が高まっている状況を受け、新しい地域へのツアー造成を狙った招請事業や、販売員研修、共同広告事業等、様々な形で造成や販売を支援した。桜や紅葉など四季折々の魅力に人気があり、なかでも 3 月の訪日者数は前年比 33.6%も増加、現地旅行会社各社で訪日旅行商品の売れ行きが好調であったとのこと。ロングホールという市場の特性に合わせ、1 月-3 月にドイツ 4 都市の旅行博で行った販促活動が、紅葉時期である 10 月-11 月の需要拡大に奏功した。
- **イタリア**の訪日旅行者数は 103,200 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 2014 年 80,531 人)。桜シーズンの 3 月と、バカンスシーズンの 7 月-8 月の訪日者数は非常に好調であった。2015 年も、多方面で訪日旅行プロモーションを展開。旅行博「TTG」や「BIT」への出展の他、日系航空会社との共同プロモーションなど、消費者に直接訴求しうる取り組みにより、訪日機運の醸成を図っている。特に、2015 年大きな注目を浴びたミラノ国際博覧会 (5/1-10/31) では、日本館が展示デザイン部門で金賞を受賞、来館者約 228 万人を迎えたことに加え、日本関連の広告が各媒体に掲載されるなど、日本の露出が増えた一年となった。
- **ロシア**の訪日旅行者数は 54,400 人で、2011 年以来 4 年ぶりにマイナス成長となった。経済制裁によるルーブルの下落と露経済の低迷が尾を引いており、訪日旅行プロモーションの効果が発揮されにくい状況が続いている。しかしそのような中で、日本は旅行博への出展や共同広告事業など粘り強い取り組みにより、下幅を最小限に押し留めている。特に、桜や紅葉など観光の目玉となるコンテンツが映える時期は、旅行会社への問い合わせもあり、需要を上乘せした。8 月には、極東発のチャーター便で 200 人以上が訪日した他、千葉市で開催された学術会議に約 160 人が参加するなど、3 桁を超える需要も確認している。他の主要旅行先と比較すると訪日需要の落ち込みは浅く、経済情勢の早期回復が望まれる。
- **スペイン**の訪日旅行者数は 77,200 人で過去最高を記録 (これまでの過去最高は 2014 年 60,542 人)。2015

年はイースター休暇が4月上旬となり、3月の訪日者数が74.1%と急増した反動で、4月は-9.7%と減少に転じた。しかし、その他はほとんどの月で25.0%以上の伸びを記録し、年間を通して好調に推移した。背景には円安傾向の継続とスペイン経済の回復があるとみられ、中でも2015年の経済成長率（予測）は3.2%とユーロ圏平均の1.5%を上回った。訪日旅行市場にとってプラスとなる条件が揃う中、2015年も様々な訪日旅行プロモーションにより日本の露出拡大を促進。10月からは日系航空会社と共同で主要駅への広告掲出を実施した他、新たに運用を開始したスペイン語 Facebook での情報発信も奏功した。

