

※ 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30年1月16日

理事長 松山 良一

訪日外客数(2017年12月および年間推計値)

- ◇ 12月：前年同月比23.0%増の252万1千人
- ◇ 1月～12月：前年比19.3%増の2,869万1千人

【年間】

- 2017年の訪日外客数は前年比19.3%増の2,869万1千人で、JNTOが統計を取り始めた1964年以降、最多となった。
- 航空路線の拡充やクルーズ船寄港数の増加、査証要件の緩和に加え、これまでの継続的な訪日旅行プロモーションなど、様々な要因が訪日外客数の増加を後押ししたと考えられる。
- 市場別では、主要20市場全てで過去最高を記録。中でも、韓国(714万人)と中国(735万6千人)は全市場で初めて700万人台に達したほか、これに台湾と香港を加えた東アジア4市場は、前年比21.9%増の2,129万2千人となり、訪日外客数全体の70%以上を占めた。また、ロシアでは年初の査証要件緩和の効果が大きく、前年比40.8%増と高い伸びを示した。

【12月】

- 2017年12月の訪日外客数は、前年同月比23.0%増の252万1千人で、これまで12月として過去最高であった2016年(205万1千人)を47万人以上上回った。
- 市場別では、韓国、シンガポール、マレーシア、インドネシアが単月として過去最高を記録、その他の16市場が12月として過去最高となった。また、1月からの累計では、タイ、シンガポール、マレーシア、豪州、英国、フランス、イタリアの7市場が12月に昨年の年計を超え、これで、主要20市場全てで訪日者数が過去最高となった。

\* 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～2017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)

※ 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：03-6691-0939

# 平成29年 訪日外客数・出国日本人数

## 2017 Visitor Arrivals & Japanese Overseas Travelers

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

平成30年1月16日  
16/Jan/2018

(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28年 2016	平成29年 2017	伸率 Change %	平成28年 2016	平成29年 2017	伸率 Change %
1 Jan.	1,851,895 (1,579,364)	2,295,668 (2,006,775)	24.0 (27.1)	1,276,297	1,295,059	1.5
2 Feb.	1,891,375 (1,670,948)	2,035,771 (1,791,122)	7.6 (7.2)	1,330,972	1,493,399	12.2
3 Mar.	2,009,550 (1,726,361)	2,205,664 (1,898,944)	9.8 (10.0)	1,550,637	1,745,412	12.6
4 Apr.	2,081,697 (1,825,694)	2,578,970 (2,300,476)	23.9 (26.0)	1,249,586	1,234,921	-1.2
5 May	1,893,574 (1,640,187)	2,294,717 (2,020,226)	21.2 (23.2)	1,233,170	1,317,742	6.9
6 Jun.	1,985,722 (1,773,111)	2,346,442 (2,117,253)	18.2 (19.4)	1,271,146	1,336,169	5.1
7 Jul.	2,296,451 (2,069,994)	2,681,518 (2,426,074)	16.8 (17.2)	1,435,758	1,480,718	3.1
8 Aug.	2,049,234 (1,802,381)	2,477,428 (2,208,644)	20.9 (22.5)	1,818,332	1,888,071	3.8
9 Sep.	1,918,246 (1,631,531)	2,280,406 (1,965,310)	18.9 (20.5)	1,552,705	1,622,694	4.5
10 Oct.	2,135,904 (1,848,153)	2,595,148 (2,289,918)	21.5 (23.9)	1,462,741	1,459,083	-0.3
11 Nov.	1,875,404 (1,617,057)	*2,377,900	*26.8	1,479,599	1,546,983	4.6
12 Dec.	2,050,648 (1,864,895)	*2,521,300	*23.0	1,455,477	*1,469,000	*0.9
1~12 Jan.-Dec.	24,039,700 (21,049,676)	*28,690,900	*19.3	17,116,420	*17,889,300	*4.5

◆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、2017年の\*印の斜体部分は推計値、そのほかの値は暫定値、2016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：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 Visitor Arrivals are definitive (2016) and provisional (2017), while \* stands for the preliminary ones, compiled and estimated by JNTO.

[source: Ministry of Justice]

◆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.

## 2017年12月 訪日外客数（JNTO推計値）

Visitor Arrivals for Dec. 2017 (Preliminary figures by JNTO)

国・地域	Country/Area	総数 Total			総数 Total		
		2016年 12月	2017年 12月	伸率(%)	2016年 1月～12月	2017年 1月～12月	伸率(%)
総数	Grand Total	2,050,648	2,521,300	23.0	24,039,700	28,690,900	19.3
韓国	South Korea	494,376	678,900	37.3	5,090,302	7,140,200	40.3
中国	China	427,462	564,300	32.0	6,373,564	7,355,800	15.4
台湾	Taiwan	278,736	319,500	14.6	4,167,512	4,564,100	9.5
香港	Hong Kong	189,773	207,200	9.2	1,839,193	2,231,500	21.3
タイ	Thailand	96,405	115,800	20.1	901,525	987,100	9.5
シンガポール	Singapore	75,868	86,400	13.9	361,807	404,100	11.7
マレーシア	Malaysia	63,297	64,700	2.2	394,268	439,500	11.5
インドネシア	Indonesia	40,894	52,300	27.9	271,014	352,200	30.0
フィリピン	Philippines	41,318	48,700	17.9	347,861	424,200	21.9
ベトナム	Vietnam	13,050	19,700	51.0	233,763	308,900	32.1
インド	India	7,512	8,900	18.5	122,939	134,400	9.3
豪州	Australia	51,524	57,300	11.2	445,332	495,100	11.2
米国	U.S.A.	105,036	116,200	10.6	1,242,719	1,375,000	10.6
カナダ	Canada	24,642	27,100	10.0	273,213	305,600	11.9
英国	United Kingdom	20,801	23,000	10.6	292,458	310,500	6.2
フランス	France	15,499	17,000	9.7	253,449	268,500	5.9
ドイツ	Germany	10,713	11,500	7.3	183,288	195,600	6.7
イタリア	Italy	8,404	9,400	11.9	119,251	125,800	5.5
ロシア	Russia	4,428	5,700	28.7	54,839	77,200	40.8
スペイン	Spain	5,749	5,900	2.6	91,849	99,900	8.8
その他	Others	75,161	81,800	8.8	979,554	1,095,700	11.9

◆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：上記の2016年の数値は確定値、2017年の数値は推計値である。

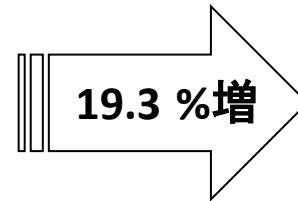
◆注3：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。  
なお、上記の訪日外客数には乗員上陸数は含まれない。

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

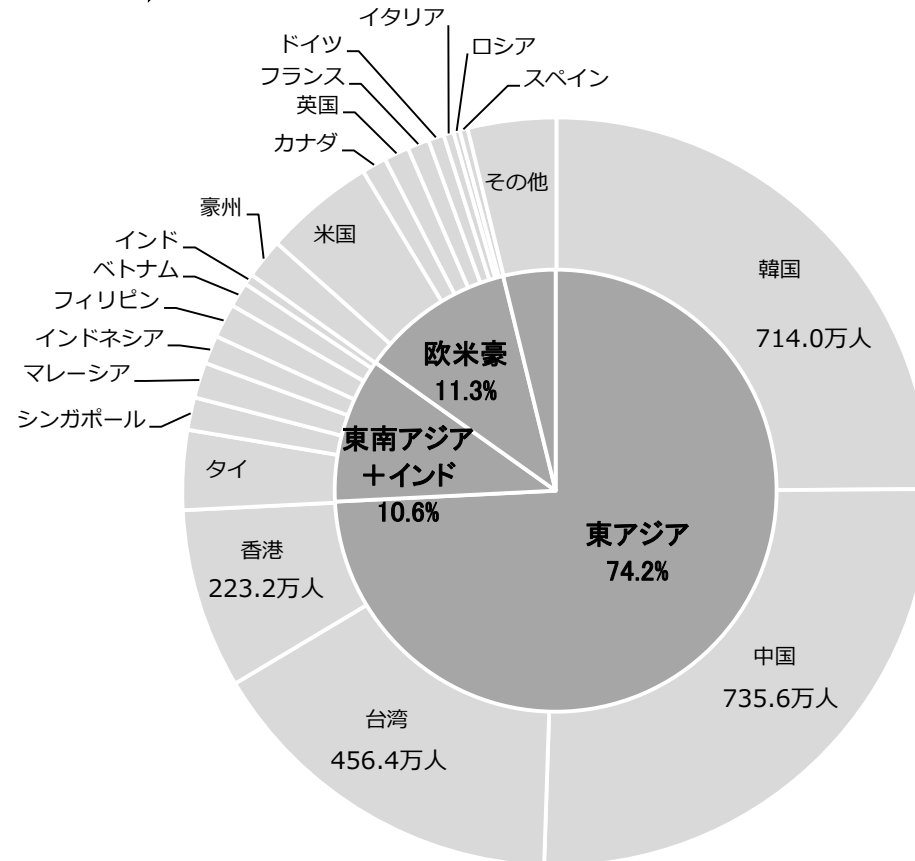
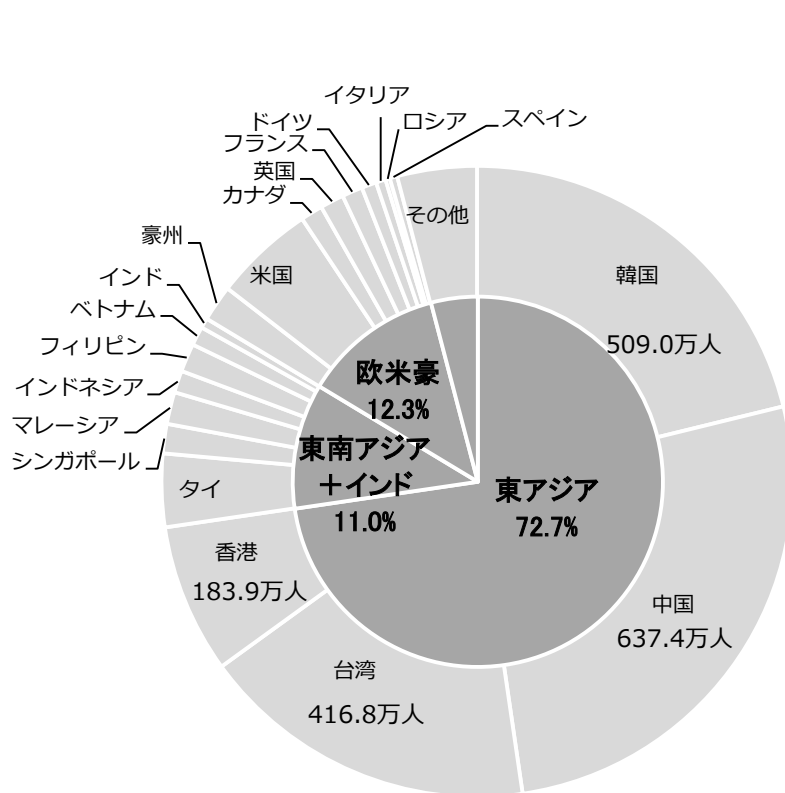
◆Note 2. Above figures are definitive (2016) and preliminary (2017) ones, compiled and estimated by JNTO.

# 訪日外客数のシェアの比較 2016年/2017年

2016年1月～12月  
2404万人



2017年1月～12月  
2869万1千人



# 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7,140,200人で過去最高を記録、初めて年計で700万人を超えた（これまでの過去最高は2016年5,090,302人）。韓国の外国旅行需要の増加や、相次ぐ格安航空会社（以下、LCC）の新規就航等に伴う座席供給量の拡大を背景に、毎月40～60万人台の訪日が安定して続き、12月には単月として過去最高となる678,900人を記録。韓国市場では、世代ごとの多様なライフスタイルに合わせた訪日旅行の提案「私らしくもっと、日本でもっと」をコンセプトとした映像制作のほか、重点地域である中国・四国地方を中心に各地の魅力を訴求する訪日旅行プロモーションを行い、地方への誘客に力を入れた。また、人気YouTuberを起用した動画配信、カカオトークやInstagramなどのSNSを活用したPRや、総合オンラインショッピングサイトでの旅行会社との共同キャンペーンなど、多岐に渡る取り組みを通じて、消費者に直接アプローチすることにより、訪日意欲を喚起した。
- **中国**の訪日旅行者数は7,355,800人で過去最高を記録、初めて年計で700万人を超えた（これまでの過去最高は2016年6,373,564人）。5月の査証発給要件の緩和に伴う個人旅行（以下、FIT）需要の高まりや、クルーズ船寄港数の増加などを背景に、全ての月で同月過去最高を記録。特にハイシーズンである8月は、全市場を通じて初めて80万人台に達し、単月として過去最高を記録した。年間を通して毎月50万人以上が訪れ、訪日旅行市場全体を牽引した中国市場では、急速に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強調。「深度游（個別テーマ性のある旅行）」を訴求する広告宣伝や、オンライン・トラベル・エージェンツ（以下、OTA）と連携したセールスキャンペーン、インフルエンサーを通じた情報発信などにより、重点地域である昇龍道を中心に地方の魅力を訴求し、より一層のリピーター獲得や、訪日目的の多様化を図った。
- **台湾**の訪日旅行者数は4,564,100人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2016年4,167,512人）。2月を除く全ての月で同月過去最高を更新。特に、夏季の需要増加を見込んで各地にクルーズ船やチャーター便が運航された7月は、単月として過去最高となる446,604人を記録した。前年の現地航空会社の撤退・解散により続いた座席供給量の減少、台風に伴う航空便やクルーズ船の欠航など、訪日旅行市場にとってマイナスとなる外的要因もあったものの、地方へのチャーター便の相次ぐ新規就航や増便、クルーズ船寄港数の増加に加え、継続的な訪日旅行プロモーションの効果が訪日意欲を喚起し、年間を通じて堅調に推移した。台湾市場では、人気俳優を起用した訪日PR動画の制作やこれと連動したトークイベントの開催など、重点地域である東北・中部地方をはじめとする地方のPRを通じて、リピーター層のさらなる地方分散化に力を入れた。また、直行便が就航している高雄をはじめ、台湾中南部でも、旅行博や一般消費者向けイベントなどの訪日旅行プロモーションを強化し、新規需要の開拓に取り組んだ。
- **香港**の訪日旅行者数は、2,231,500人で過去最高を記録、初めて年計で200万人を超えた（これまでの過去最高は2016年1,839,193人）。前年は3月末にあったイースター休暇の日程変動の影響を大きく受けた4月は、単月で初めて20万人台を突破し、前年同月比64.6%増と好調であった。リピーターの割合が大きい香港市場では、重点地域である北海道（道北、道東、道南エリア）、東北、中部（昇龍道）、中国、四国など各地方の魅力を訴求し、訪日需要の地方分散化に取り組んだ。こうした取り組みの成果もあって、小松や仙台など地方へのチャーター便の就航や増便が相次ぎ、7月は単月として過去最高の234,651人を記録。訪日旅行プロモーションにおいては、「リラックスや癒しの旅『ゆるたび』」をテーマに、ウェブサイトやSNS等を通じた情報発信を行ったほか、訪日ウェディングツーリズムの促進を目的としたセミナーの実施や展示・即売会への出展を行い、訪日目的の多様化を図った。

## 2. 東南アジア

- **タイ**の訪日旅行者数は987,100人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2016年901,525人）。7月を除く全ての月で同月過去最高を更新。特に年間最大の旅行シーズンであるソングラーン（タイ正月）休暇のあった4月は、単月として過去最高となる138,559人を記録し、東南アジア市場からの訪日需要を牽引した。FITやリピーターが増加傾向にある同市場では、目的地の多様化も進みつつあることから、訪日旅行プロモーションにおいても、ウェブサイトやSNSで二次交通を活用した訪日旅行や地方の旅行

スポットの掲載など、地方への誘客を意識した取り組みを展開した。なお、10月末のプミポン前国王葬儀に伴い、タイ国内で報道の自粛がなされたことを受け、JNTOとしても一時的に広告の展開等を見送った。旅行商品の買い控えなど、訪日需要にも一部影響があったものの、年間を通じて、訪日者数は増加傾向を維持した。

- **シンガポールの訪日旅行者数は404,100人となり過去最高を記録、初めて年計で40万人を超えた**（これまでの過去最高は2016年361,807人）。上半期のシンガポール経済の厳しい成長見込みなどを背景に、外国旅行需要自体が停滞する中、継続的な訪日旅行プロモーションの効果が需要を底上げし、訪日者数は年間を通じて概ね堅調に推移した。リピーター化やニーズの多様化が進む同市場では、訪日旅行の認知から購入に至る各フェーズに訴えるPR手法を多く取り入れた。一例として、各々の興味関心に沿う情報提供と日本ファン層の獲得を目的に開設した会員制訪日コミュニティサイトでのキャンペーンやOTAとの連携事業が挙げられる。また10月以降、初のシルクエアによる日本定期便となる広島線、Jetstarの那覇線、Scootの関西線及び冬季限定の新千歳線と、特に地方空港へ相次いだ直行便就航が、訪日者数の増加に寄与したとともに、今後の地方への誘客が期待される。
- **マレーシアの訪日旅行者数は439,500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2016年394,268人）。日本各地への航空路線の新規就航や増便に合わせて、航空会社各社が実施したセールスプロモーションや、訪日旅行のピークシーズンに向けた旅行博出展や共同広告の実施など、露出を強化したこともあり、訪日者数は年間を通じて概ね堅調に推移した。訪日旅行プロモーションにおいては、訪日旅行商品の造成と地方への誘客促進を目的に、地方へ旅行会社を招請したほか、日本の四季の魅力のPRを目的に、ウェブサイトやSNSで発信する情報の内容の多様化を図った。9月に開催した旅行博（MATTAフェア）では、販売数が前年比で大幅に増加するなど、訪日意欲の高まりが窺えた。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、ムスリム向けテレビ番組や著名なブロガーを招請するなど積極的なPRで訪日意欲の喚起を図った。なお、3月には事務所をクアラルンプールに開設。今後、マレーシアにおけるさらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。
- **インドネシアの訪日旅行者数は352,200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2016年271,014人）。外国旅行需要自体が停滞する中、訪日旅行については、12月に単月として過去最高を記録したほか、レバラン（断食明け大祭）休暇の時期が動いたことによる影響を受けた7月を除き多くの月で前年同月比2桁以上の伸びを示すなど、大幅増となった。インドネシアでは、旅行博での即売会が、旅行商品の購入チャネルの1つとして認識されている。そのため、訪日旅行プロモーションにおいても「Japan Travel Fair」をはじめとした旅行博でのPRを展開し、訪日旅行商品の販売数が前年比で増加するなど、訪日需要の取り込みに貢献した。また、地方への誘客にも積極的に取り組み、ウェブサイトやSNSでの情報発信や、現地旅行会社・メディアの招請を行ったほか、ムスリム向けテレビ番組の取材支援を行い、ムスリムフレンドリーレストランや礼拝所など受入環境設備をPRし、ムスリム層への訪日意欲の喚起を図った。
- **フィリピンの訪日旅行者数は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2016年347,861人）。航空路線の拡充やフィリピン経済の安定など、外部環境と訪日旅行プロモーションの相乗効果が、訪日機運の醸成を促し、4月には単月として過去最高を記録。イースター休暇の時期が動いたことによる影響を受けた3月を除き、全ての月で同月過去最高を更新した。訪日旅行プロモーションにおいては、ハイシーズンとなる春季（3～5月）に向けて、同市場最大の旅行博「Travel Tourism Expo」への出展や12月の第2ピークに向けた訪日旅行の需要喚起を目的に実施したフィリピン市場公式Facebookページの一般消費者向け訪日旅行促進キャンペーン「Japan. Where unexpected discoveries await」など、当該時期に向けて訪日意欲の喚起を図った。7月には、札幌を舞台にしたフィリピン映画「Kita Kita」が公開され、大ヒットを記録。これを受けて9月末には撮影地にメディアを招請し露出を拡大したこともあり、今後の訪日需要の地方分散が期待される。なお、JNTOではマニラに事務所を設置予定であり、さらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。
- **ベトナムの訪日旅行者数は308,900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2016年233,763人）。4月には単月として過去最高となる38,928人を記録したほか、全ての月で同月過去最高を更新するなど、好調に推移した。団体旅行の割合が比較的高いベトナム市場では、

特に現地旅行会社に向けた取り組みを強化。訪日時期の分散と新たな観光コンテンツの訴求を軸に、セミナー、商談会や旅行会社招請、現地旅行会社と連携した一般消費者向けキャンペーンや旅行博への出展などを実施した。また、ベトナム人歌手 Noo Phước Thịnh（ヌー・フック・ティン）氏を訪日キャンペーンのイメージキャラクター「ビジット・ジャパン アンバサダー in ベトナム」に任命。日本各地での撮影を行い、各地の魅力の発信、訪日需要の喚起と地方の認知度の向上を図った。9月にLCCとして初となる直行便（関西-ハノイ/ダナン線）の新規就航や、多数のチャーター便の運航、報奨旅行の催行なども訪日者数の増加に寄与したと考えられる。なお、2月には事務所をハノイに開設。今後も、ベトナムにおけるさらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。

- **インド**の訪日旅行者数は134,400人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2016年122,939人）。2016年初めに数次査証の段階的な緩和措置が講じられ、本年2月よりインド国内の学生等に対する個人観光一次査証の申請手続きが簡素化された。訪日需要やリピーターの創出が期待される中、4~6月の学校休暇時期に向けて集中的に実施した共同広告や、インドの著名人を起用した新規クリエイティブのメディア掲載、旅行博への出展などの訪日旅行プロモーションが訪日者数の増加に貢献した。9月の安倍首相の訪印の際には、現地で日印関係の報道がされたことにより、日本への注目が高まったことに加え、首脳会談の開催地であるアーメダバードにJNTOブースを出展して訪日旅行の魅力をPRし、旅行先としての日本の認知度の向上を図った。なお、3月には事務所をデリーに開設。今後も、インドにおけるさらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。

## 2. 豪州、北米

- **豪州**からの訪日旅行者数は495,100人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2016年445,332人）。イースター休暇の日程変動の影響を受けた3月を除き、全ての月で同月過去最高を記録。特に、4月の訪日者数は前年同月比40%を超える高い伸びを示した。2016年冬にカンタス航空が新規路線を就航するなど日豪間のアクセスが向上する中、こうした好機を捉えた訪日旅行プロモーションにより、訪日意欲の喚起を図ってきた。特に、消費者の関心の高い「日本の食」をフックに、SNSやテレビなど訴求力の高い媒体を通じて拡散を図るプロモーション手法を多く取り入れ、7月には、メディア招請の成果として豪州で人気の料理番組において約1週間にわたり、日本特集が放映された。
- **米国**からの訪日旅行者数は1,375,000人で過去最高を記録（これまでの過去最高は2016年1,242,719人）。米国経済の安定や継続的な訪日旅行プロモーションによる訪日機運の醸成など、訪日検討を後押しする環境が揃い、全ての月で同月過去最高を更新。毎月10万人前後の訪日者数を維持し、訪日需要の平準化が進んだ。9月には、ニューヨークで開催された国連総会に合わせて「日本の地方と食」をテーマにレセプションを開催。安倍首相の参加の下、米国の政府・業界関係者に向けて米国からの一層の訪日と呼びかけた。こうした露出が消費者の目に留まり認知・関心を喚起することで、日本が旅行先として選好される機会も増加していると考えられる。
- **カナダ**からの訪日旅行者数は305,600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2016年273,213人）。2017年はカナダ建国150周年にあたる節目の年であり、国立公園をはじめカナダ国内の施設が無料で開放されたことなどから、例年に比べ国内旅行志向が高まったと考えられる。そのような中、訪日者数については、前年を下回った10月を除き、全ての月で同月過去最高を更新。特に、イースター休暇のあった4月は、前年同月比48.6%増の高い伸びを示した。カナダでは、食やアニメなど生活に根ざした日本の文化や流行が認知されつつあり、訪日旅行プロモーションにおいても、こうしたコンテンツをフックに、消費者、業界関係者双方に向けて訪日旅行の魅力をPRした。さらに、モントリオールを中心とする仏語圏、トロント、バンクーバーを中心とする中華系住民に向けた情報発信も行い、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310,500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2016年292,458人）。日本から英国への旅行需要増加を背景に、日英間の航空路線について、英国発の割り当てが減少し、英国から日本行きの座席確保が難しくなっている。加えて、イースター休暇の時期が動いたことなどにより、月によっては、前年同月比でマイナスに転じたこともあった。その

ような中で、訪日旅行の割高イメージの払拭を狙い、OTA や航空会社とともに価格訴求型の広告を展開。継続的な訪日旅行プロモーションが、訪日者数の伸びを後押しした。2019 年にラグビーワールドカップが日本で開催されることを踏まえ、英国市場では大会を契機とした訪日意欲の喚起にも取り組んでいる。

- **フランスからの訪日旅行者数は 268,500 人で過去最高を記録（これまでの過去最高は 2016 年 253,449 人）。** 仏国内でのテロ事件を受けた非常事態宣言の延長、仏大統領選挙決戦投票や国民議会選挙などが消費者心理に影響を及ぼしたことから、月によっては、前年同月比でマイナスに転じた月もあった。訪日旅行の割高イメージ払拭を狙い、航空会社とともに価格訴求型の広告を展開したことに加え、旅行先としての更なる認知度向上を図るべく、テレビ CM、地下鉄駅構内や空港、街頭など訴求力の高い場所への広告も掲載。その他、情報番組を招請するなど継続的に訪日旅行プロモーションを展開した。
- **ドイツからの訪日旅行者数は 195,600 人で過去最高を記録（これまでの過去最高は 2016 年 183,288 人）。** ドイツ経済の好調が外国旅行を含めた消費意欲を喚起する中、航空座席供給量の減少や、前年、3,000 人規模のクルーズ船が寄港したことの反動により、前年同月比でマイナスに転じた 10 月を除き、全ての月で同月過去最高を更新。ドイツ市場では、旅行先としての認知から検討・検索、そして実際の訪日旅行商品の購入に至るチャネルを拡充すべく、各フェーズに合わせた PR 戦略を取り入れており、こうした継続的な訪日旅行プロモーションによる訪日機運の醸成が、恒常的な訪日需要の増加を支えた。
- **イタリアからの訪日旅行者数は 125,800 人で過去最高を記録（これまでの過去最高は 2016 年 119,251 人）。** イタリア経済の停滞や航空座席供給量の減少などの影響によりマイナスとなった 8 月のほか、前年とほぼ同水準となる月もあった。そのような中、訪日旅行の割高イメージの払拭を狙い、航空会社各社と価格訴求型の広告を展開。また、ニュースレターの配信や各種媒体への日本の露出増加など、継続的な訪日旅行プロモーションの効果が訪日者数の伸びを後押しし、8 月を除く全ての月で同月過去最高を更新した。なお、3 月には事務所をローマに開設。今後も、イタリアにおけるさらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。
- **ロシアからの訪日旅行者数は 77,200 人で過去最高を記録（これまでの過去最高は 2008 年 66,270 人）。** これまでロシアでは、経済制裁を受けたルーブルの下落や経済の停滞により、長らく外国旅行需要自体の低迷が続いていた。しかし、JNTO の働きかけもあり、ロシアの極東地域発の新規就航及び増便が実現し、航空運賃が値下がりしたことに加え、査証発給要件も緩和されるなど、訪日旅行市場にとっては年初から大きな追い風の吹いた年となった。特に、査証緩和の効果は大きく、2 月以降、訪日者数は大幅に伸長し、桜の鑑賞を目的とした訪日ツアーの販売ピークである 4 月は前年同月比 66.6%増の伸びとなった。ロシア市場では、造成・販売される訪日旅行商品も多くはないため、旅行会社向けセミナーやメディア招請、旅行博への出展などを通じて、特に政府・業界関係者との関係構築に力を入れてきた。2016 年 12 月に開設したモスクワ事務所でも、様々な取り組みを展開していることから、今後、さらなる訪日者数の増加が期待される。
- **スペインからの訪日旅行者数は 99,900 人で過去最高を記録（これまでの過去最高は 2016 年 91,849 人）。** 前年の為替動向を踏まえたツアー価格の高騰やイースター休暇の日程変動などの影響により、月によってはマイナスに転じる場合もあったが、前年 10 月の約 18 年ぶりの直行便（イベリア航空の成田-マドリード線）就航などが追い風となり、年間を通して概ね堅調に推移した。スペイン市場では、スペイン旅行会社連盟（CEAV）をはじめ、特に政府・業界関係者との関係構築に力を入れてきた。6 月には、メディア招請の成果として人気旅行番組で特集が組まれるなど、継続的な取り組みによる日本の露出増加も、訪日意欲を後押ししたと考えられる。なお、3 月には事務所をマドリードに開設。今後も、スペインにおけるさらなる訪日旅行プロモーションの強化に向けて取り組んでいく。