

ポスト・コロナ期を見据えた海外 プロモーション戦略に 関する考察

発 行:(公社)ひょうご観光本部

発行日:2020年10月

0 はじめに

新型コロナウイルス感染症は、兵庫の観光産業に大きな影響をもたらし、旅行者にとっても新しい旅行スタイルが生まれつつある。

国の海外渡航制限措置が取られたことで、訪日旅行者はほぼゼロとなったが、出入国の緩和、回復の見通しは、いまだ予断を許さない状況が続いている。

このような状況に鑑み、当面の訪日外国人旅行者誘致については、以下のとおり段階的に取り組みを進めることが必要となっている。

- ① 旅行目的地として忘れられないことや旅行再開時の選択肢と残ることを目的とし、主にWEBでの情報発信を継続する。
- ② 体験型・周遊滞在型の高付加価値のコンテンツ開発、通訳ガイドの育成など受入基盤整備を着実に進める。
- ③ 訪日旅行が回復するタイミングで、いち早くインバウンド需要の取り込みが図れるよう、ターゲットを再検証し、再開時のプロモーションの方向性を定める。

本考察は、③に対応し、新型コロナウイルスがもたらした多大な影響と変化を踏まえ、当面の間、ひょうごツーリズム戦略の方針に加味するため作成したものである。

1 市場優先度の分析

インバウンド戦略のターゲティングにあたり、市場規模や経済効果などを指標とした市場優先度を分析する。
各項目の上位1位～5位までの国・地域に2ポイント、6位～10位までの国・地域に1ポイント、政治的リスクに該当する国・地域に▲2ポイントを配点する。

	旅行者数 平均値 (2018・2019)	旅行者数 伸び率 (2017→2019)	宿泊単価 平均値 (2018・2019)	リピーター率 平均値 (2018・2019)	1人当たり名目GDP 平均値 (2017・2018)	政治的 リスク	合計
韓国	2		1	2	1	-2	4
台湾	2		2	2			6
香港	2		2	2	2		8
中国	2	1	2	1		-2	4
タイ	1	2	1	2			6
シンガポール	1		2	2	2		7
マレーシア	1			1			2
インドネシア				1			1
フィリピン	1	2		1			4
ベトナム		2	2				4
インド		1					1
英国		2	1		1		4
ドイツ					2		2
フランス					1		1
イタリア		1			1		2
スペイン		1					1
ロシア		2		1			3
米国	2		1		2		5
カナダ					1		1
豪州	1	1	1		2		5

【市場優先度】

- (1)旅行者数の多さ … 市場規模
- (2)旅行者数の伸び … 成長性
- (3)宿泊消費単価(円/人・泊) … 経済効果
- (4)リピーター率 … 訪問可能性
- (5)名目GDP … 機会
- (6)政治的リスク … マイナス要因

【市場優先度順位(4ポイント以上)】

- 第1位 香港
- 第2位 シンガポール
- 第3位 台湾、タイ
- 第4位 米国、豪州
- 第5位 韓国、中国、フィリピン、ベトナム、英国

訪日外国人旅行者数・宿泊消費単価

図表1 【訪日外国人旅行者数
(全国・2018年～2019年平均値)】

(単位：千人)

順位	国・地域名	平均値 (2018・2019)
1	中国	8,987
2	韓国	6,562
3	台湾	4,824
4	香港	2,249
5	米国	1,625
6	タイ	1,226
7	豪州	587
8	フィリピン	559
9	マレーシア	485
10	シンガポール	465
11	ベトナム	442
12	インドネシア	405
13	英国	379
14	カナダ	353
15	フランス	321
16	ドイツ	226
17	インド	165
18	イタリア	156
19	スペイン	125
20	ロシア	107

図表2 【訪日外国人旅行者数
(全国・2017年～2019年伸び率)】

順位	国・地域名	2017→2019
1	ベトナム	160.3%
2	ロシア	155.4%
3	フィリピン	144.6%
4	英国	136.6%
5	タイ	133.6%
6	インド	130.9%
7	スペイン	130.5%
8	中国	130.4%
9	イタリア	129.3%
10	豪州	125.6%
11	米国	125.4%
12	フランス	125.2%
13	カナダ	122.8%
14	シンガポール	121.8%
15	ドイツ	120.9%
16	インドネシア	117.2%
17	マレーシア	114.1%
18	台湾	107.2%
19	香港	102.7%
20	韓国	78.2%

図表3 【宿泊消費単価 [観光目的]
(全国・2018年～2019年平均値)】

(単位：円/人・泊)

順位	国・地域名	平均値 (2018・2019)
1	中国	36,577
2	香港	27,420
3	台湾	23,069
4	シンガポール	23,030
5	ベトナム	22,679
6	韓国	21,777
7	タイ	21,511
8	米国	20,910
9	英国	20,646
10	豪州	19,959
11	マレーシア	19,639
12	インドネシア	19,140
13	ロシア	18,712
14	スペイン	18,365
15	カナダ	16,939
16	イタリア	16,856
17	ドイツ	16,570
18	インド	16,336
19	フランス	15,881
20	フィリピン	13,719

出典：日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査」より推計

出典：観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査」

リピーター率・1人当たり名目GDP

図表4 【リピーター率〔観光目的〕
（全国・2018年～2019年平均値）】

（単位：％）

順位	国・地域名	1回	2回以上
1	香港	13.6	86.4
2	台湾	16.5	83.5
3	シンガポール	28.4	71.6
4	韓国	28.4	71.6
5	タイ	31.9	68.1
6	フィリピン	45.7	54.3
7	マレーシア	50.5	49.5
8	ロシア	56.2	43.8
9	中国	56.3	43.7
10	インドネシア	57.9	42.1
11	豪州	66.3	33.7
12	米国	66.5	33.5
13	ドイツ	68.3	31.7
14	カナダ	69.8	30.2
15	フランス	71.3	28.7
16	英国	73.8	26.2
17	ベトナム	76.0	24.0
18	イタリア	79.0	21.0
19	スペイン	83.9	16.1
20	インド	84.9	15.1

出典：観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査」

図表5 【1人当たり名目GDP（2017年～2018年平均値）】

（単位：米ドル）

順位	国・地域名	平均値 (2017・2018)
1	シンガポール	62,016
2	米国	61,251
3	豪州	56,155
4	香港	47,304
5	ドイツ	46,518
6	カナダ	45,743
7	フランス	41,462
8	英国	41,267
9	イタリア	33,196
10	韓国	30,548
11	スペイン	29,538
12	台湾	24,681
13	ロシア	11,145
14	マレーシア	10,385
15	中国	9,143
16	タイ	6,959
17	インドネシア	3,878
18	フィリピン	3,047
19	ベトナム	2,452
20	インド	2,025

出典：日本政府観光局「訪日旅行データハンドブック」

政治的リスク

図表6【政治的リスク】

	訪日客数	前年比	日中の動き
2012年9月	121,673	108.2	日本政府による尖閣諸島の国有化
10月	69,713	65.7	
11月	51,993	56.4	
12月	52,336	65.7	
2012年計	1,425,100	136.6	
2013年1月	72,301	52.9	中国フリゲート艦が海上自衛隊護衛艦に火器管制レーダー照射
2月	80,903	98.7	
3月	102,265	79.1	
4月	100,160	67.3	
5月	81,571	72.7	
6月	98,996	78.6	
7月	139,905	68.5	
8月	162,288	85.3	
9月	156,201	128.4	
10月	121,335	174.0	
11月	101,940	196.1	
12月	96,572	184.5	
2013年計	1,314,437	92.2	

	訪日客数	前年比	日韓の動き
2018年10月	571,176	92.0	韓国での徴用工を巡る裁判
11月	588,213	94.5	
12月	681,566	100.4	
2018年計	7,538,952	105.6	
2019年1月	779,383	97.0	
2月	715,804	101.1	
3月	585,586	94.6	
4月	566,624	88.7	
5月	603,394	94.2	
6月	611,867	100.9	
7月	561,675	92.4	日本政府による半導体の輸出管理強化
8月	308,730	52.0	韓国政府、日本との軍事情報包括保護協定（GSOMIA）破棄
9月	201,252	42.0	
10月	197,281	34.5	
11月	205,042	34.9	
12月	247,959	36.4	
2019年計	5,584,597	74.1	

2 兵庫県優位度の分析

インバウンド戦略のターゲティングにあたり、兵庫県への訪問率や平均泊数などを指標とした兵庫県優位度を分析する。

各項目の上位1位～5位までの国・地域に2ポイント、6位～10位までの国・地域に1ポイントを配点する。(ただし、訪問率は4位が3カ国。)

なお、認知度は1位から10位までで差異が大きいため、認知度50%以上の国・地域に2ポイント、30%以上50%未満の国に1ポイントを配点する。

	訪問率 平均値 (2018・2019)	平均泊数 平均値 (2018・2019)	認知度 平均値 (2018・2019)	合計
韓国			2	2
台湾	1		2	3
香港	1		2	3
中国			1	1
タイ	1		1	2
シンガポール			1	1
マレーシア	2		1	3
インドネシア				0
フィリピン		2		2
ベトナム	2	1		3
インド		1		1
英国		2		2
ドイツ	2	2		4
フランス	2	1		3
イタリア	1	1		2
スペイン	2			2
ロシア		2		2
米国		2		2
カナダ	2	1		3
豪州				0

【兵庫県優位度】

- (1)兵庫県への訪問率 …… 訪問機会
- (2)兵庫県での平均泊数 …… 宿泊期間
- (3)兵庫県(神戸)の認知度 …… 選択機会

【兵庫県優位度順位(2ポイント以上)】

- 第1位 ドイツ
- 第2位 台湾、香港、マレーシア、ベトナム、フランス、カナダ
- 第3位 韓国、タイ、フィリピン、英国、イタリア、スペイン、ロシア、米国

訪問率・平均泊数・認知度

図表7【兵庫県への訪問率
(全国・2018年～2019年平均値)】

(単位：%)

順位	国・地域名	平均値 (2018・2019)
1	ベトナム	10.8
2	ドイツ	8.6
3	マレーシア	8.4
4	フランス	8.3
4	カナダ	8.3
4	スペイン	8.3
7	台湾	8.1
8	イタリア	7.7
9	香港	6.8
10	タイ	6.3
11	シンガポール	6.2
12	英国	6.0
13	中国	5.8
14	韓国	5.4
15	フィリピン	5.3
16	豪州	5.0
17	米国	4.6
18	インド	4.3
19	インドネシア	3.6
20	ロシア	3.0

出典：観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査」

図表8【兵庫県での平均泊数
(全国・2018年～2019年平均値)】

(単位：泊)

順位	国・地域名	平均値 (2018・2019)
1	ロシア	6.3
2	フィリピン	4.9
3	米国	3.2
4	英国	2.8
5	ドイツ	2.7
6	ベトナム	2.1
7	フランス	1.5
8	カナダ	1.5
9	イタリア	1.4
10	インド	1.3
11	中国	1.1
12	豪州	1.1
13	台湾	1.1
14	シンガポール	0.9
15	香港	0.9
16	インドネシア	0.7
17	韓国	0.7
18	スペイン	0.6
19	タイ	0.6
20	マレーシア	0.4

出典：観光庁「訪日外国人旅行者消費動向調査」

図表9【兵庫県（神戸）の認知度
(全国・2018年～2019年平均値)】

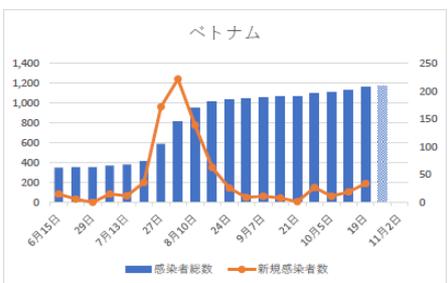
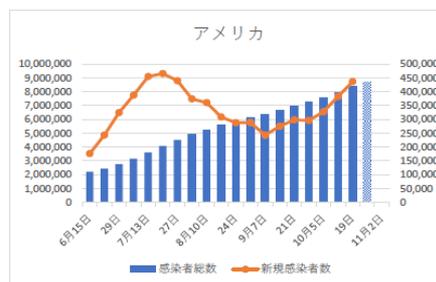
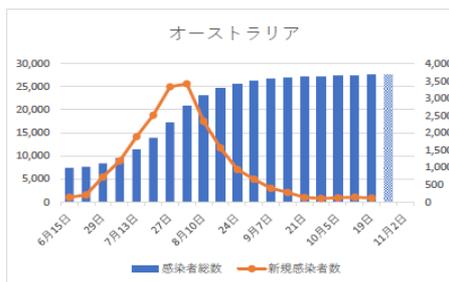
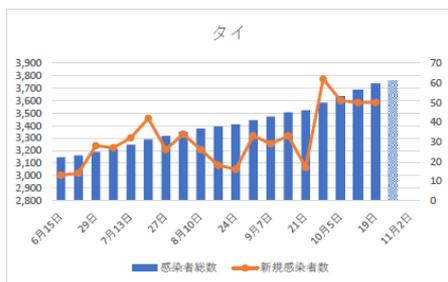
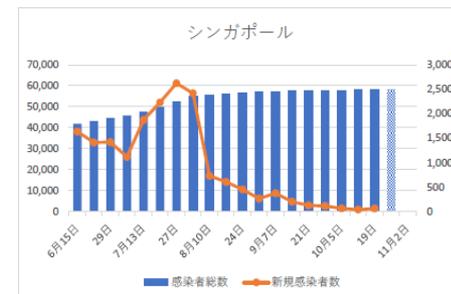
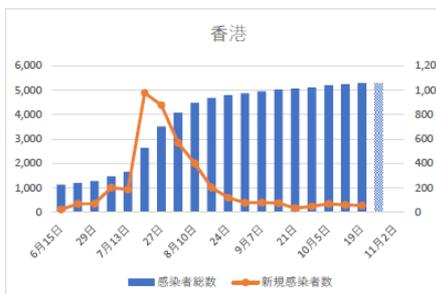
(単位：%)

順位	国・地域名	平均値 (2018・2019)
1	台湾	64.5
2	香港	64.0
3	韓国	50.0
4	中国	46.0
5	シンガポール	40.0
6	マレーシア	36.0
7	タイ	30.5
8	インドネシア	26.5
9	豪州	26.0
10	フランス	25.0
11	英国	20.0
12	米国	17.5

出典：日本交通公社「訪日外国人旅行者の意向調査」

3 市場回復度合い

各国のコロナ感染状況



(1) コロナ感染状況

- 台湾、香港、シンガポール、タイ、ベトナム、豪州の感染状況は比較的抑制
- 他方、米国、英国、フィリピンは未だ新規感染者数が多い状況

(2) 渡航制限緩和措置

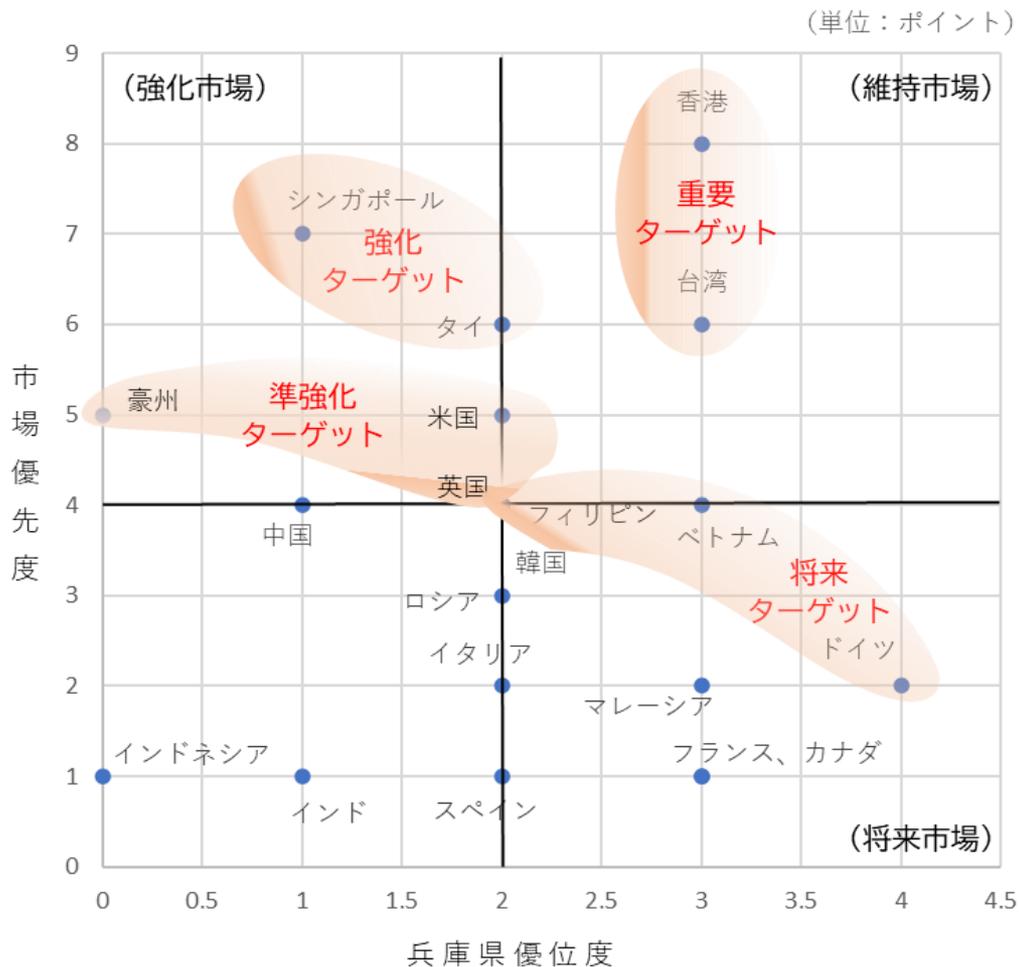
- シンガポールとの間でビジネスラック※1が開始(9月18日)
- タイ、ベトナム、台湾についてビジネスラック拡充の動き(時期等は未定)

※1 入国後14日間の自宅待機期間中も行動範囲を限定した形でのビジネス活動を可能とするスキーム

出典：関西観光本部「COVID-19メディアクラブ」
 ※11月2日は未確定数値(10/26~11/1)

4 ターゲット設定

市場優先度と兵庫県優位度をクロス分析し、対象国・地域を維持市場、強化市場、将来市場に分類した上で、コロナの影響からの市場回復度合いを勘案し、下記の通りターゲットを設定する。



- 重要ターゲット : 台湾、香港
- 強化ターゲット : シンガポール、タイ
- 準強化ターゲット : 豪州、米国、英国
- 将来ターゲット : ベトナム、フィリピン、ドイツ

ターゲット設定にあたっての特記事項

- 〈台湾、香港〉
 - ・コロナ新規感染者数が少ない
- 〈シンガポール〉
 - ・コロナ新規感染者数が少ない
 - ・閑散期である12月の来訪が多い
 - ・農林部局でも食の流通プロモーション実施
- 〈米国〉
 - ・閑散期である6月の来訪が多い
 - ・ビジネス目的の来訪が3割を占める
 - ・旅マエの情報源では「日本在住の親族・知人」が最多で在住米国人が多い
- 〈豪州〉
 - ・コロナ新規感染者数が少ない
 - ・欧米豪の中で日本語教育機関、学習者数がともに最多