

ドイツおよび周辺国の訪日旅行の現状と展望について

2022年12月8日

日本政府観光局 フランクフルト事務所長
臼井 さやか

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望



6月の屋外ワインイベントの様子



10月のサッカー試合満員の様子



12月のクリスマスマルクットの様子

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望



1. ドイツ市場概況

①海外旅行の基本概況

ドイツは世界第2位の旅行大国！

パンデミック前、人口よりも多くの人が出国



	人口 (2018年) 出典：IMF	出国者数 (2018年) 出典：UNWTO	人口vs出国者数
中国	13億9,538	1億4,970	約11%
ドイツ	8,289	1億854	約131%
アメリカ	3億2,735	9,250	約28%

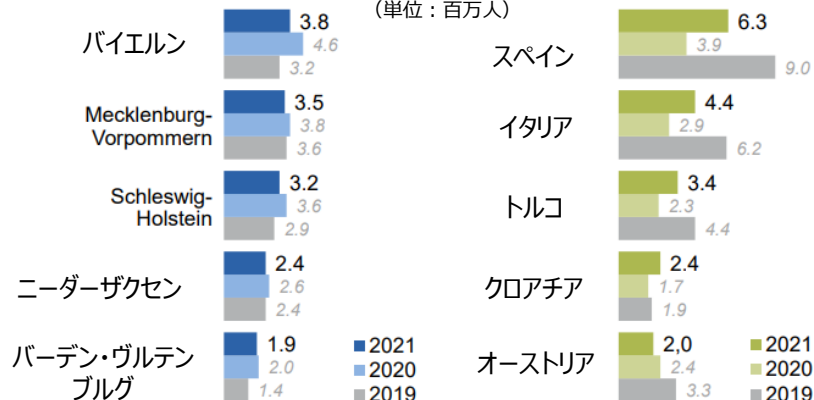
出国者数のトップ3国（単位：万人）

一方で、『5日以上のお休暇旅行』の行先は、パンデミック前から国内及び近隣諸国が多い

国内旅行

海外旅行

(単位：百万人)



ロングホール：全体の8.4%

内、東アジアは4%



Year	Total	Market share
2010:	4.5m	6.5%
2018:	5.7m	8.4%
2019:	5.9m	8.4%

ロングホール旅行先

1 北米	23%
2 東南アジア	18%
3 アフリカ	14%
4 南米	11%
5 中南米	11%
6 インド	8%
7 オセアニア	6%
8 中東	5%
9 東アジア	4%

1. ドイツ市場概況

①海外旅行の基本概況

ドイツ人にとっての旅行

1. 旅行 = 人生を楽しむ ための最も大切な要素

週5日間勤務の人は最低20日間の
有給休暇（取得率約90%以上）

2. 旅行動機

69% 日々のルーティンから抜け出したい
64% 太陽と暖かい気候を求めて
64% リラックスしたい



3. 自然が好き

旅先ではビーチリゾート、自然の中での活動（散策、森林浴、ハイキング、キャンプなど）を好む

4. 週末の余暇の過ごし方

緑の多い公園や川沿いでお散歩、絵画鑑賞、サッカー観戦など
秋はワイン祭、冬はクリスマスマーケット

5. サステナビリティ への高い意識

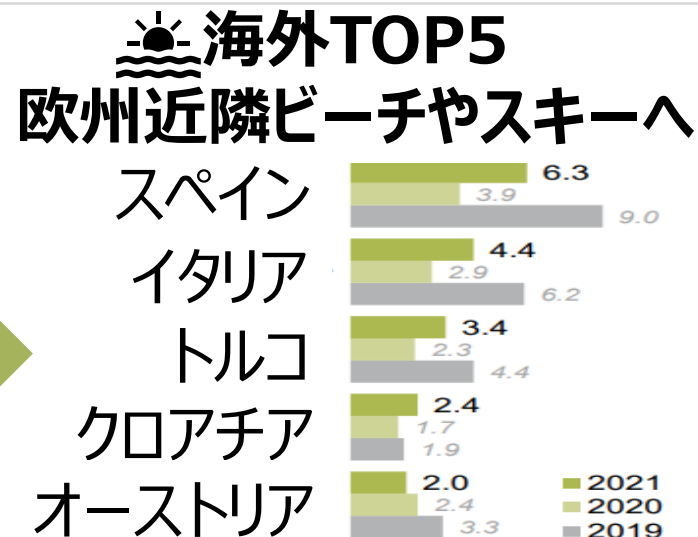
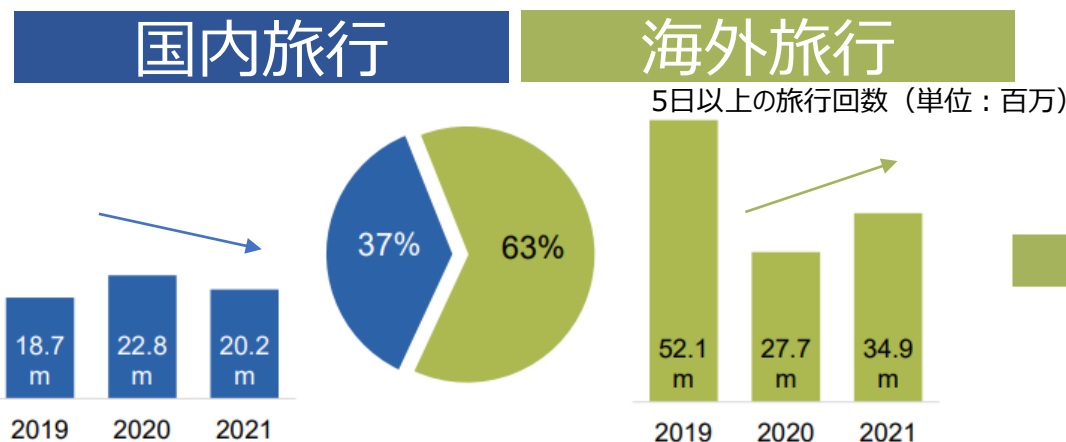
環境/社会的に持続可能な旅行を求める

データ： JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2020 /
Reiseanalyse 2022/ 日本エクスペディア

1. ドイツ市場概況

②海外旅行の再開状況

2021年は海外旅行が増加↑



今後も海外旅行の予測は↑ ロングホールは？ ウクライナ危機は？

	2019	2020	2021	2022	2023+
国内	26%	45%	37%	減少 ↓	+/- 26% ↓
近隣諸国	27%	18%	15%	横這い →	横這い →
地中海	38%	26%	35%	36% ↑	+/- 38% ↑
<u>ロングホール</u>	<u>8%</u>	<u>4%</u>	<u>4%</u>	<u>少し回復</u>	<u>+/- 6%</u> ↑

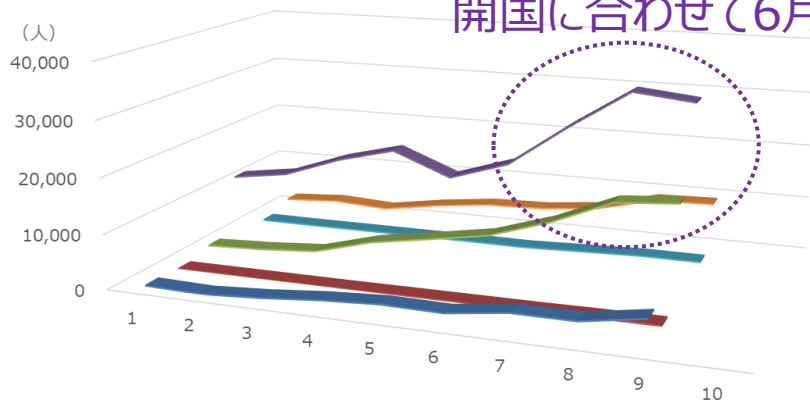
データ：ReiseAnalyse 2022(2022年1月)

1. ドイツ市場概況

②海外旅行の再開状況

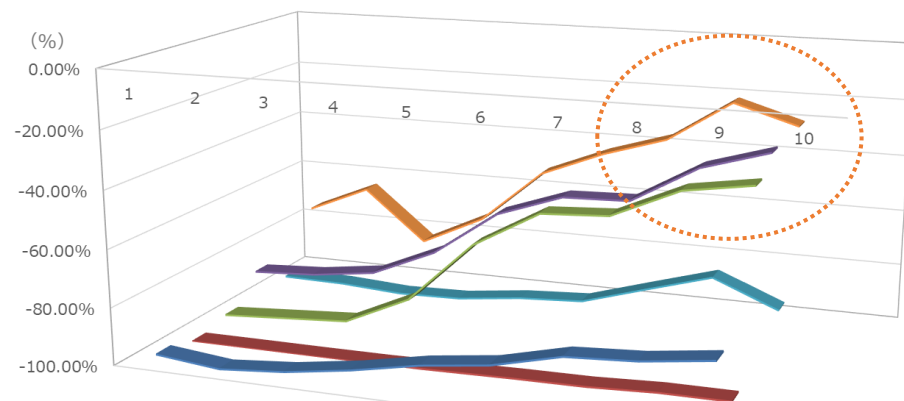
2022年 ドイツからアジアへの出国者・・・再開

開国に合わせて6月以降に各国増加し、**タイ**が断トツ



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
■日本	335	81	714	1,649	2,241	2,089	3,520	3,500	5,300	
■香港	11	10	9	25	81	115	152	258	277	
■シンガポール	1,190	1,650	2,430	5,300	7,030	8,870	12,340	16,920	17,750	
■タイ	11,859	13,381	17,096	19,769	15,626	19,079	26,754	33,731	32,594	
■台湾	202	176	208	227	292	261	621	967	954	
■韓国	1,718	2,384	1,802	3,483	4,712	5,000	6,093	8,706	9,006	

2019年比、伸び率では**韓国**がトップ



2019年との比較

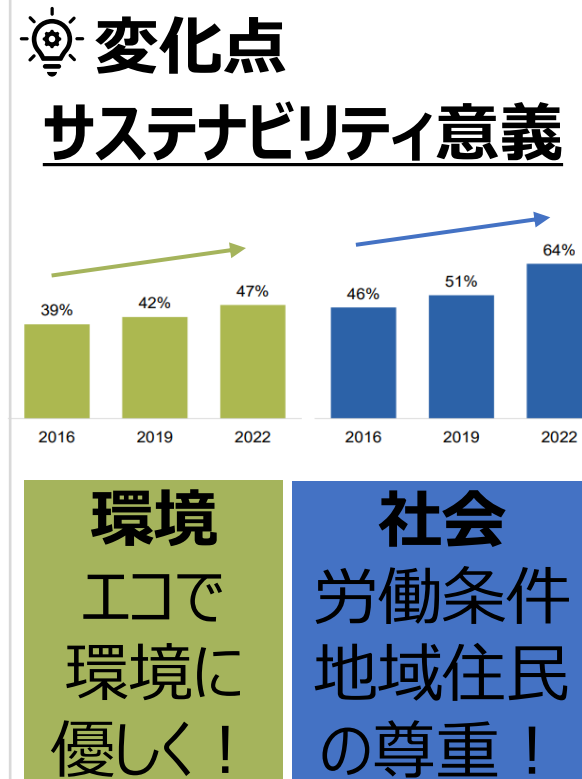
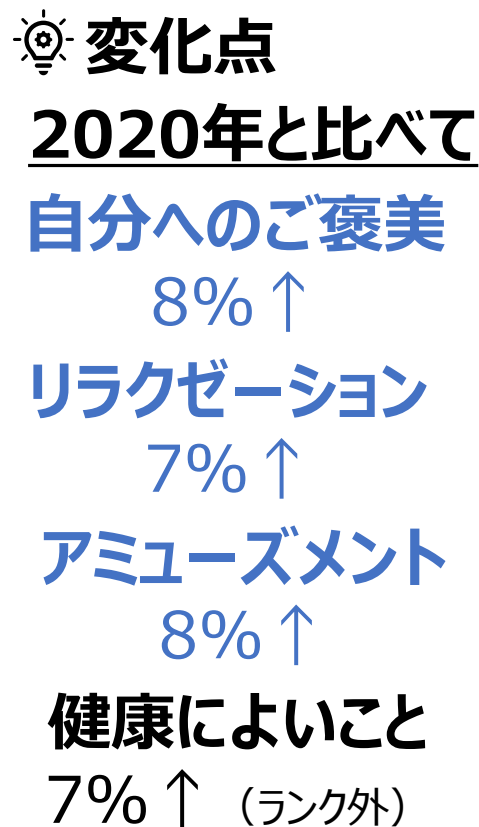
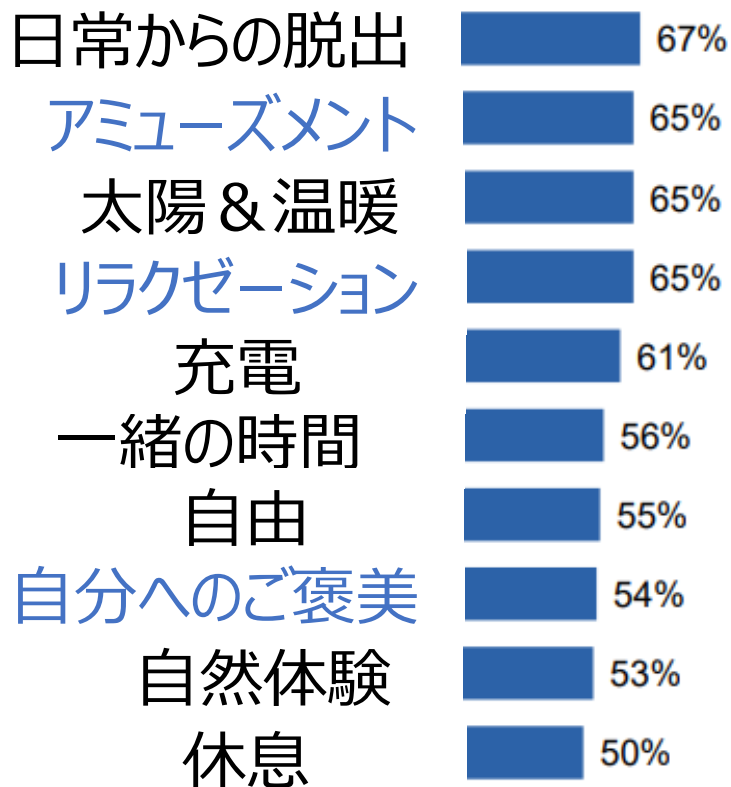
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
■日本	-97.05%	-99.39%	-97.51%	-94.07%	-89.60%	-86.69%	-81.07%	-79.73%	-76.72%	
■香港	-99.94%	-99.94%	-99.97%	-99.91%	-99.50%	-99.10%	-98.90%	-97.93%	-97.90%	
■シンガポール	-97.45%	-96.03%	-94.60%	-84.14%	-62.46%	-49.51%	-48.21%	-37.80%	-34.19%	
■タイ	-87.77%	-86.51%	-83.48%	-73.63%	-57.47%	-49.45%	-48.74%	-35.45%	-28.54%	
■台湾	-96.18%	-96.56%	-97.99%	-97.49%	-94.83%	-93.54%	-86.60%	-79.84%	-89.37%	
■韓国	-74.92%	-65.28%	-83.83%	-72.94%	-53.36%	-44.12%	-37.02%	-21.98%	-28.92%	

データ：各国政府観光局のホームページ参照

1. ドイツ市場概況

②海外旅行の再開状況

2022年 ドイツ人はいま旅行に何を求めている？



データ：ReiseAnalyse 2022(2022年1月)

1. ドイツ市場概況

③訪日に関する基本情報

観光目的の訪日ドイツ人

初訪日 7割、リピーター 3割

個別手配 9割、団体旅行等 1割

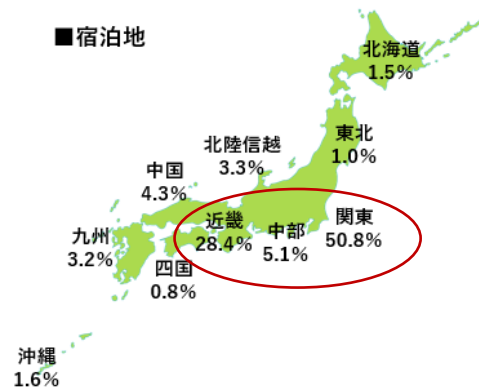
平均滞在日数 14泊

20代 27% 30代 30% 40代 21%

男性 7割 女性 3割

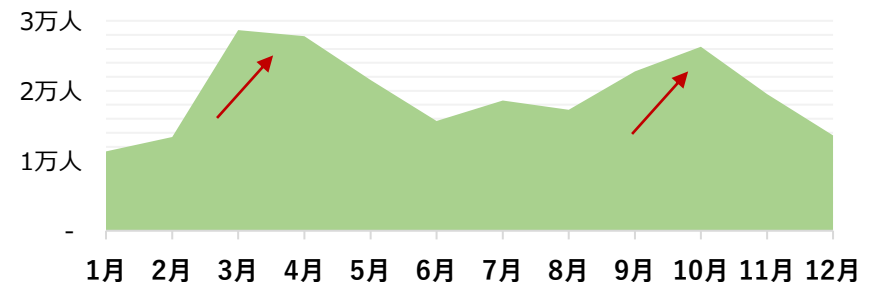
予約は半年前

平均消費額 24万円



データ：観光庁「訪日外国人の消費動向2019」「宿泊旅行統計調査 2019」

訪日時期



訪日前の期待

91% 日本食を食べること

60% 日本の歴史・伝統文化体験

58% 自然・景勝地

最新の統計

<https://statistics.jnto.go.jp/>

<https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/datahandbook.html>

1.ドイツ市場概況

③訪日に関する基本情報

日本－ドイツ間の直行便は2022年12月時点で平時の**51%**

2020年2月 **週61便** ➡ 2021年9月 **週17便**

➡ 2022年9月 **週23便** ➡ 2022年12月 **週31便**

		ANA	JAL	LH
羽田	フランクフルト	14 ➡ 14		7 ➡ 7
	ミュンヘン	7 ➡ 運休		7 ➡ 3
成田	フランクフルト		7 ➡ 7	
	デュッセルドルフ	7 ➡ 運休		
関西	ミュンヘン			7 ➡ 運休
中部	フランクフルト			5 ➡ 運休
6路線のうち 4路線が 運休				

※2022/12/末時点の予定

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

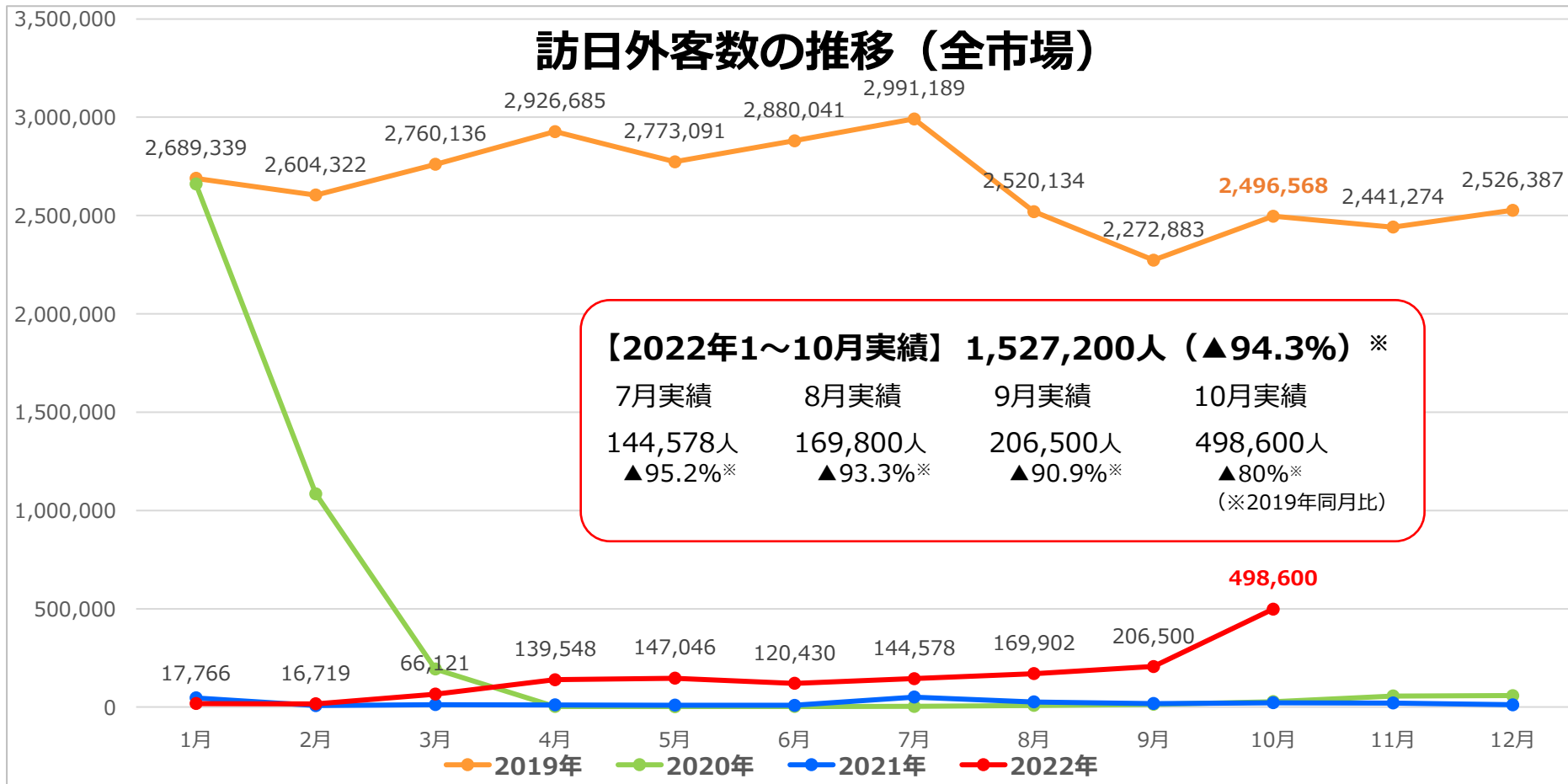
- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望

2. 2022年の訪日外客数の推移（全市場）

- **2022年10月**の訪日外客数は、19年比 80%減の**498,600人**
- 10月の水際対策緩和、および円安傾向によるインバウンド需要の回復が期待される

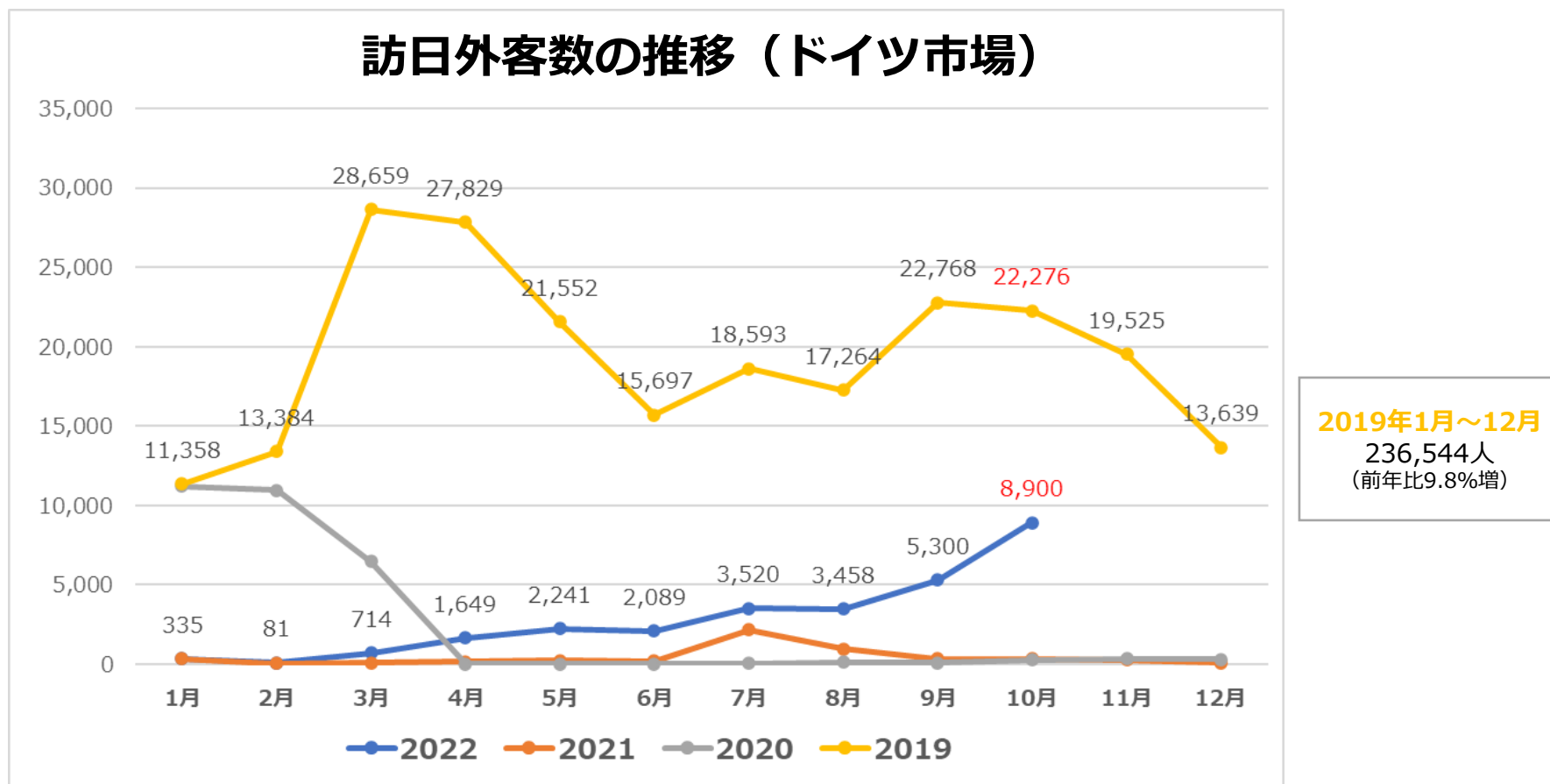


データ元: JNTO

2022年1月～2022年7月の値は暫定値、2022年9月～10月の値は推計値

2. 2022年の訪日外客数の推移（ドイツ）

- **2022年10月**の訪日外客数は、19年比 66.1%減の**8,900人**
- 水際対策緩和の動きと合わせて堅調に推移



データ元: JNTO
2022年1月～2022年7月の値は暫定値、2022年9月～10月の値は推計値

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望

3.旅行会社からのヒアリング

日本はデステーション候補？

日本はバケッリストには常にある・・・もともと計画していた・・・来年は桜を見たい・・・

7月～9月はツアーを催行していた？

一部のみ



(例) 日本のハイライト満載10日間

南から北へ、トレッキング愛好家、
文化愛好家向けの多彩な旅22日間

10月以降

各社販売を再開

- ・ 8週間以内の出発など短期リードタイムでの予約が増加（50代以上で余裕のある層をターゲットにしているツアオペ談）
- ・ 来年の桜の時期のツアーへの問い合わせ増加
- ・ 事務所への問い合わせやウェブサイト訪問者数も増加
- ・ 心配もあり・・・感染者数増加により方針転換ありえるのか？日本の受入れ体制は？

課題・・・フライト確保、ガイド確保、見積もり依頼への回答納期など

3.旅行会社からのヒアリング

ドイツ旅行会社による訪日市場ウェビナー

フランクフルト事務所で制作

<https://youtu.be/yu6ayKgobxA>



ニーズのヒント

- ゴールデンルート以外の訴求・・・プラスαとしてゴールデンルートからのアクセス情報
- 地方訪問促進のためには・・・点ではなく面で
- アドベンチャー・アウトドア・・・単に欧州でもできるアクティビティではなく、日本ならではの文化・歴史・アクティビティ体験の組合せ
- 旅館orホテル・・・ホテルを好むお客が大半だが、滞在中一回は旅館に宿泊希望
- サステナブル・・・ニューノーマルであり、環境配慮や地域還元の情報提供や価格設定
- パンデミック後の変化・・・訪日に期待する内容・目的は基本的には変わらない

訪日を取り扱う主要ツアーオペレータ

[Reiseveranstalter für Japanreisen](#)

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望

4.フランクフルト事務所の取組

①JNTO全体での主要テーマ

サステナブル
ツーリズム

高付加価値
(ラグジュアリー)
旅行

アドベンチャー
トラベル



テーマを訴求しながら、より質の高い、地方の情報発信につなげていく

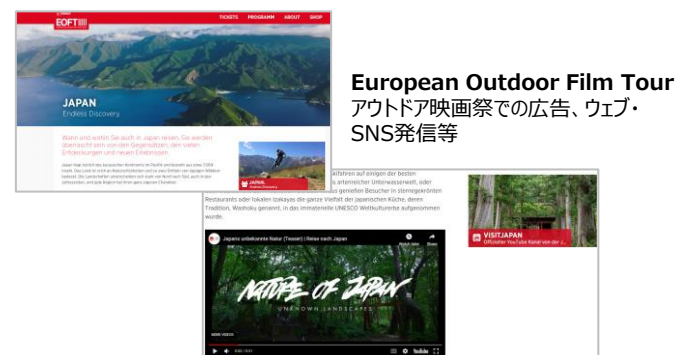
4.フランクフルト事務所の取組

③プロモーション例

アウトドア・アクティビティ

豊かな自然・アウトドアアクティビティが訴求点であるターゲットが多く、これまでは日本を自然・アドベンチャー・アウトドアの旅行先として認知していない層への訴求を図る

- ・ アウトドア映画祭での広告露出
- ・ アウトドア冊子の制作
- ・ スキー旅行会社招請
- ・ ウェブサイト・SNS・YouTubeコンテンツの拡充等々



アウトドア冊子

日本全国12か所、北から南までのアクティビティスポットの体験ストーリーを紹介メディア、旅行業界、一般消費者への拡散を図る



③プロモーション例

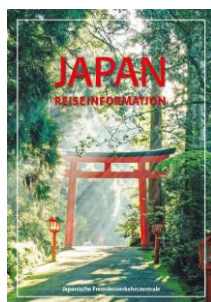
地方の観光情報発信の強化

JNTO内調査にて、訪問希望エリアが東京に次いで「分からない」と回答しているターゲットが多く、様々な場や手法での情報発信を図る

- **B2C**
 - 旅行博・日本デーなどでの情報発信
 - ウェブサイト・SNSでの情報発信
 - 一般消費者窓口対応
 - 新規関心層へのリーチ など



- **B2B**
 - 業界見本市・商談会でのVisit Japanブース出展
 - 旅行業界向けのニュースレター発信 など



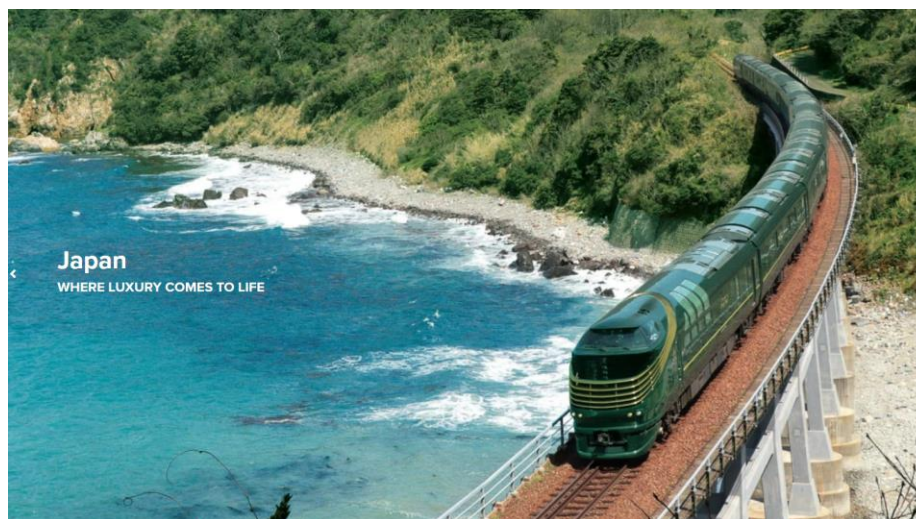
日本全国を紹介するドイツ語観光冊子 **REISEINFORMATION**

③プロモーション例

高付加価値旅行

過去5年以内に着地で100万円以上の旅行を実施した方へのインタビュー結果（※）にて、ドイツは馴染みのある国では自己手配が83%、見知らぬ国は57%、訪日に関しては100%がトラベルエージェントに依頼。

- ドイツ語圏ラグジュアリー旅行業界向け商談会「LOOP LEISURE」出展
- メディア向けプレスリリースで最新情報の提供 など



Luxury層をターゲットにしたJNTOウェブサイトより

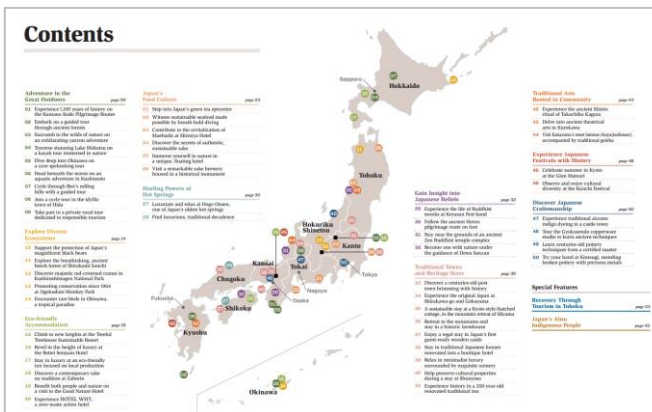
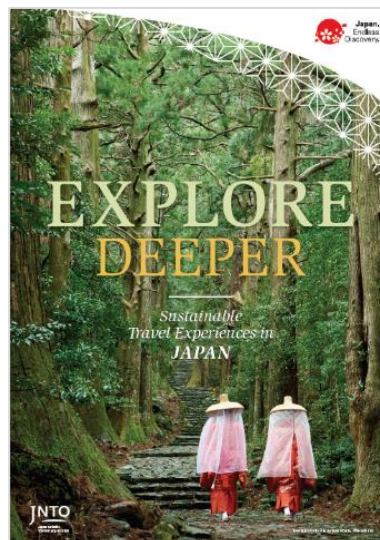
（※）データ：JNTO内部調査（2017年度）

4.フランクフルト事務所の取組

③プロモーション例

サステナブルツーリズム

アウトドアやラグジュアリー向けのコンテンツにも通じる訴求



サステナブルツーリズムのコンテンツを紹介する「Explore Deeper」日本全国50選



ドイツ語サイト
ニュースレターなどでの紹介

「ドイツ旅行会社による訪日市場ウェビナー」
で各社のサステナブル取り組みを紹介



再生紙の利用、見本市においても環境に配慮した材料やギブアウェイ
の利用、紙配布物の軽減など



③プロモーション例

訪日観光の本格再開をふまえ、行動につなげるためのプロモーション

- 旅行会社との共同広告** …… 2022年12月末～2月末（予定）に訪日を取り扱うツアーオペ複数社と連携した共同広告を展開
- 航空会社との共同広告** …… 2022年10月～12月にJAL/ANAと連携した共同広告を欧米豪横断で展開
…… ドイツ発着の経由便航空会社との連携も検討中
- B2B商談会** …… 2023年3月にB2B見本市「ITB Berlin 2023」出展 Visit Japanブースとして共同出展者を募集
- 日本への招請** …… 2022年10月～2023年2月にかけて、ラグジュアリー向け・一般旅行会社向け・スキー旅行会社向け・メディア招請を複数本実施

4.フランクフルト事務所の取組

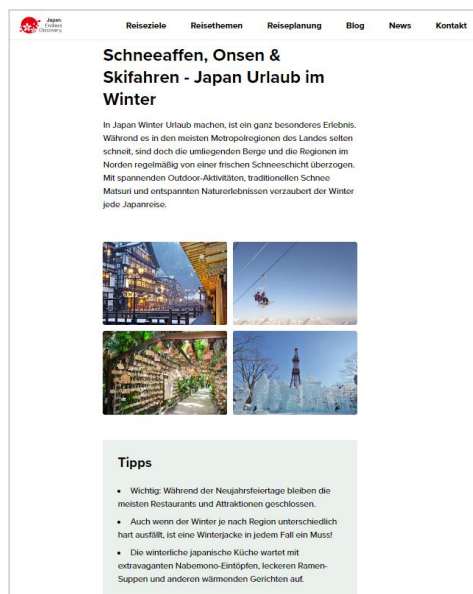
③プロモーション例

訪日観光の本格再開をふまえ、行動につなげるためのプロモーション

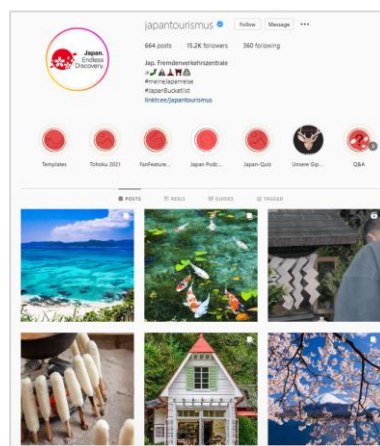
消費者への情報発信

・・・ 旅前・旅中ともにウェブサイトでの具体的な情報発信、
YouTubeチャンネルでの動画配信

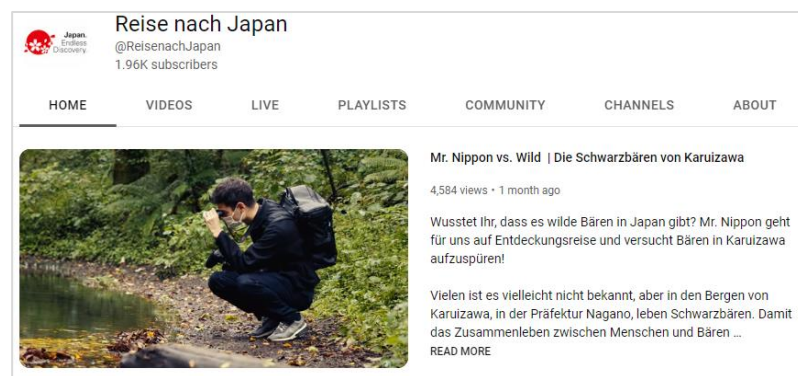
特に旅前は動画の訴求効果が高い



ドイツ語ウェブサイト
(例) 冬に楽しめるコンテンツ



SNS
ストーリー性と良い写真



YouTubeチャンネル
実体験と実用情報
(例) ツキノワグマ生態系見学ツアー

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望

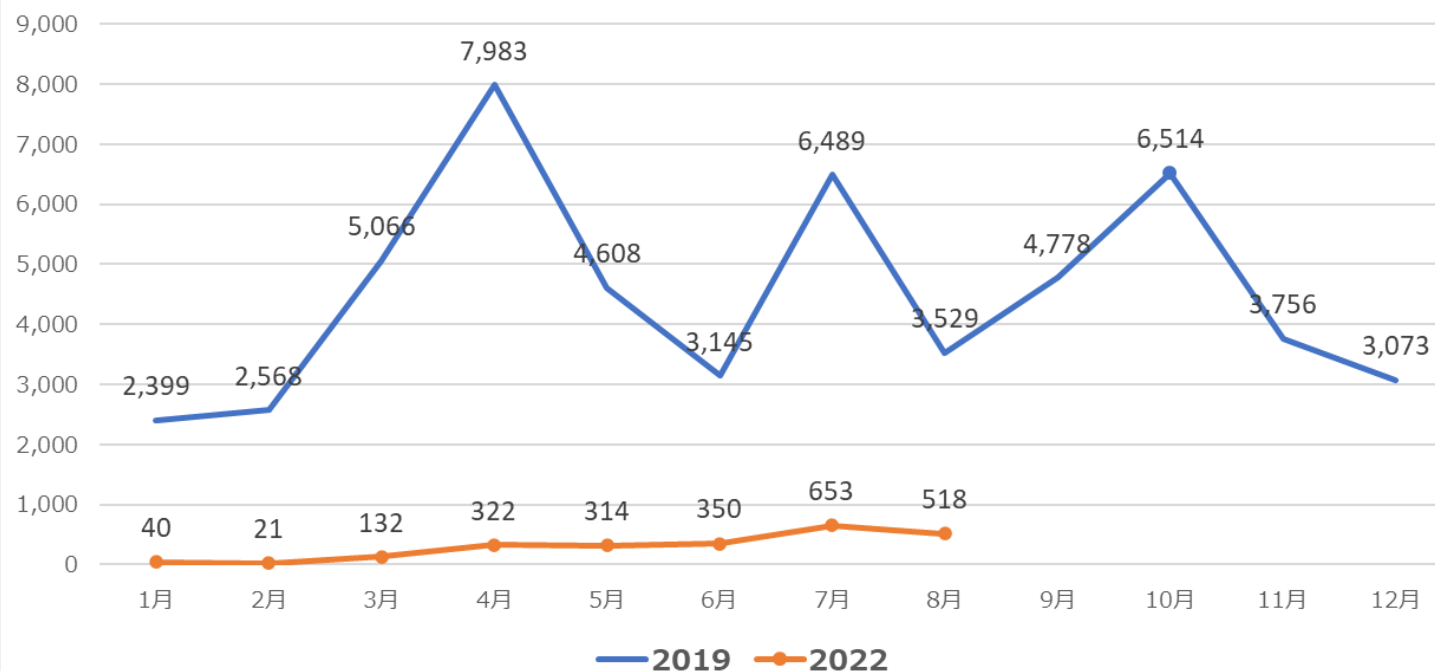
5. 周辺国市場概況

スイス



- **2019年**の訪日外客数は**約5.4万人**。
- **2022年8月**の訪日外客数は、19年比 85.3%減の**518人**。
- 水際対策緩和の動きと合わせて少しずつ増加。

スイスからの訪日外客数（2019年1月～12月、2022年1月～8月）



2019年1月～12月
53,908人
(前年比3.5%増)

データ元:JNTO
2022年1月～2022年8月の値は暫定値

スイス



2021年の旅行動向（統計局BFS調査）

- 国民一人当たり2回、平均10.5日間の旅行に出かけた
- 宿泊込みのうち、行き先はスイス 56%、イタリア 9%、ドイツと南西欧が7%
- 欧州域外は3-5%、2020年と同程度

旅行機運

- 完全に復活、ロングホールも徐々に
- 2022年夏はビーチが人気だった一方で、猛暑の影響で北欧人気が高まった
- 旅行会社経由の予約を好む傾向増加・・・より確かな情報とフレキシビリティ

旅行トレンド・・・ドイツ同様

- ショートホールはフライトよりも夜行列車
- スロートラベル
- キャンピングカーでの旅
- モノよりコト消費
- アニメやマンガ人気も高まってきている・・・HeroFest, Zurich PopConなど

5. 周辺国市場概況

スイス

主要ターゲット

- 高所得層

プロモーション例

- メディアへのアプローチ
 - ニュースレター配信、個別対応
 - メディア招請実施予定（2月）
- 旅行会社へのアプローチ
 - ニュースレター配信、個別対応
 - Asia Workshop出展（11月）
 - 共同広告実施予定（1月～3月）
 - スキー旅行会社招請予定（2月）
- 一般消費者へのアプローチ
 - ウェブサイト等を通じての情報発信
 - 旅行見本市FESPO（チューリッヒ）への出展（2月2日～5日）



Oktober 2022

Liebe Freundinnen und Freunde von Japan
Geschätzte Japan-Expertinnen und -Experten

Auf diesen Tag haben wir lange gewartet. Am 11. Oktober 2022 ist es offiziell so weit. Nach über zwei Jahren Reiserestriktionen öffnet Japan seine Grenzen auch für den Individualtourismus wieder – ohne die pandemiebedingten Einreisebeschränkungen. Somit können Schweizer Reisende wieder wie vor Corona Japan entdecken. Besonders reizvoll sind Abenteuer «off the beaten track». Und diese gibt es im Land der unendlichen Vielfalt en masse. Hotspots von heiss bis karibisch für Bade-Fans zum Beispiel. Oder einen schwebenden Orchideengarten für Gartenfreaks. Und Freund:innen des ÖVs freuen sich auf die neue Shinkansen-Verbindung zwischen Nagasaki und der historischen Spa-Stadt Takeo Onsen ab 2023. Auf geht's – im Eilzugtempo nach Japan.



5. 周辺国市場概況

中欧諸国

- ポーランド、オーストリア、チェコ、ハンガリー、ルーマニアいずれも2019年度は**1万人以上～3万人未満**の訪日外客数
- 日本文化や食のほか、アニメ・マンガも人気
- 2022年度は5か国6都市の旅行博・見本市に出展し、日本のプレゼンスをあげていく

6月	10月	11月	2月	3月
ブカレスト 	ポズナン 	ブカレスト 	ブダペスト 	ウィーン 
ブックフェア	Tour Salon	TTR	ITE	FME
		ワルシャワ 		プラハ 
		TTW		Holiday World



TTWの様子

2022.11.24-26

- ・近隣諸国への旅行は完全に再開
- ・日本は遠い・高いという印象ながら、新日家は多く、今後2年内に訪日を検討している20代カップルが多かった

I. ドイツ市場

1. 市場概況

- ①海外旅行の基本概況
- ②海外旅行の再開状況
- ③訪日に関する基本情報

2. 2022年の訪日外客数推移

3. 旅行会社からのヒアリング

4. フランクフルト事務所の取り組み

- ①JNTO全体での主要テーマ
- ②プロモーション例

II. 周辺国市場概況

III. 今後の展望

6. 今後の展望

業界全般

UNWTO “UNWTO WORLD TOURISM BAROMETER”

- 専門家による2019年水準への国際観光回復時期の見通しについて「**2024年以降**」とする意見が**61%**（22年5月発表では48%）に増加し「**2023年**」とする意見は**27%**（22年5月発表では44%）に減少。一方、**9%の専門家が「すでに回復」とし**、国際観光は回復基調にあるとした。
- **回復を妨げる要因**は、インフレ率上昇や、原油価格高騰などの「**経済環境**」としている。

FORWARD KEYS “THE 2022 MOST VISITED DESTINATIONS REPORT”

- 「**日本は2023年はラグジュアリー層から回復していく**」と予測されている。

ドイツ及び周辺国

- **エネルギー危機による経済や消費への影響大**（特にドイツ！）
 - 10月の消費者物価指数（速報値）は前年同月比10.4%増、2か月連続で2ケタ台（ドイツ連邦統計局）
 - 秋期予測では**2022年インフレ率を8.4%、2023年を8.8%と予測**（ifo経済研究所）
 - 生活面への影響は特に**エネルギーと食料品**（ドイツ連邦統計局）
- 2022年は欧州域内プラスαへの旅行がまだ大半。一方で、**訪日の具体的な問い合わせも増加**。
 - 価格高騰の状況下でも、一定層は予約の動きが出てきている

今後の展望・・・



ご清聴ありがとうございました！

