

「日本デー2025」（ドイツ・デュッセルドルフ）出展報告書

イベント名	日本デー デュッセルドルフ/ NRW 2025 (Japan-Tag Düsseldorf / NRW)
日時	2025年5月24日(土)
場所	ドイツ・デュッセルドルフ ライン川周辺
主催者	日本デーデュッセルドルフ/NRW ビジネス日本デー (NRW Global Business GmbH)
協賛等	ノルトライン＝ヴェストファーレン (NRW) 州経済・産業・気候保護・ エネルギー省、在デュッセルドルフ日本国総領事館、デュッセルドルフ 日本クラブ、デュッセルドルフ日本商工会議所ほか
参加者数	38万人(主催者発表)
ホームページ	https://www.japantag-duesseldorf-nrw.de/jp

1 イベント概要

日本デーは、ドイツ・デュッセルドルフのライン川沿いを会場に行われるヨーロッパ最大級の日本文化のイベントです。2002年から始まり、コロナ禍に2回の中止を経て、今年で22回目を迎えました。当日は雨が降ったり止んだり不安定なあいにくの天気でしたが、会場内にある複数のステージでは、和太鼓や日本舞踊、コスプレファッション大会や音楽ライブが行われたほか、日本語や囲碁教室、着物の着付け体験など、文化体験をはじめとした様々なブースの出展がありました。日本の地方自治体からは、デュッセルドルフ市と姉妹都市提携を結ぶ千葉県と、ノルトライン＝ヴェストファーレン州と再生可能エネルギー等の分野で MoU を結ぶ福島県が出展していました。

23時から石川県の花火師による大規模な花火も打ち上げられ、会場を沸かせました。



2 当事務所ブースでの出展内容

(1) 地域の魅力発信

地方自治体から募集したポスターやパンフレットの掲示・配布等により、地域の魅力の発信を行いました。関心事項等を聞きとってそれに沿うような地域のパンフレットを見せて説明する等、来場者とのコミュニケーションを丁寧にとりながら情報提供を行いました。また、各自治体のHPやSNSアカウントの情報等をQRコードでまとめ

た事務所作成の一覧表を配布しました。多くの来場者に関心を寄せていただき、準備した資料のほぼすべてが終了予定時刻前になりました。

（２）書道

文化体験の一環として、パンフレットの配布等と並行して、来場者の名前をひらがなとカタカナで筆書きする書道を行いました。その筆運びや独特の文字のかたち等に見入る方が多く、終始行列が絶えず、用意していた 300 枚の用紙がすべてなくなる盛況ぶりでした。

（３）折り紙体験ワークショップ

同じく日本文化体験の一環として、書道コーナー終了後に折り紙体験ワークショップを実施しました。うさぎや猫といった簡単なものから、虎や鶴といった折り方を紹介し、老若男女幅広い年代の方に参加いただきましたが、過去の出展イベントと同様に、折り鶴が最も人気でした。つくった作品を家族等へのプレゼントとすると、嬉しそうに話される方が多数いました。

（４）その他

上記のほか、外国語教育の充実と地域の国際交流の推進を図る外国青年招致事業「JET プログラム」の広報や、各都道府県の観光スポットやイベント、郷土料理のレシピなどを投稿している事務所のインスタグラムアカウント等 SNS のPRを行いました。

また、来場者とのコミュニケーションやアンケートの実施により、来場者の日本への関心事項や訪日経験等について調査を行いました。



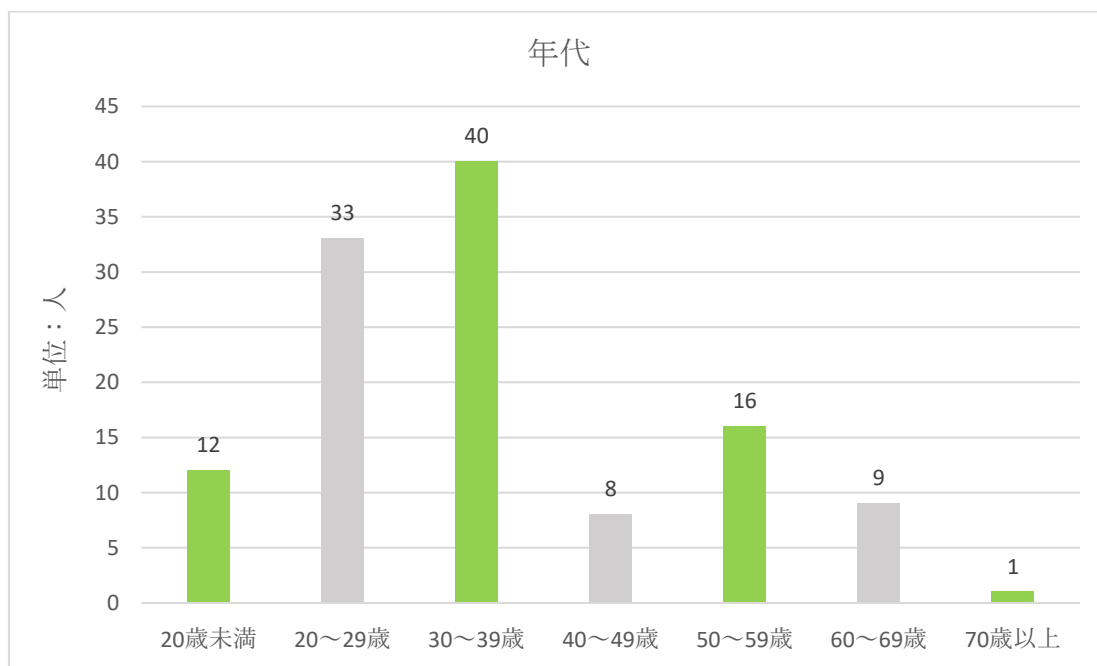


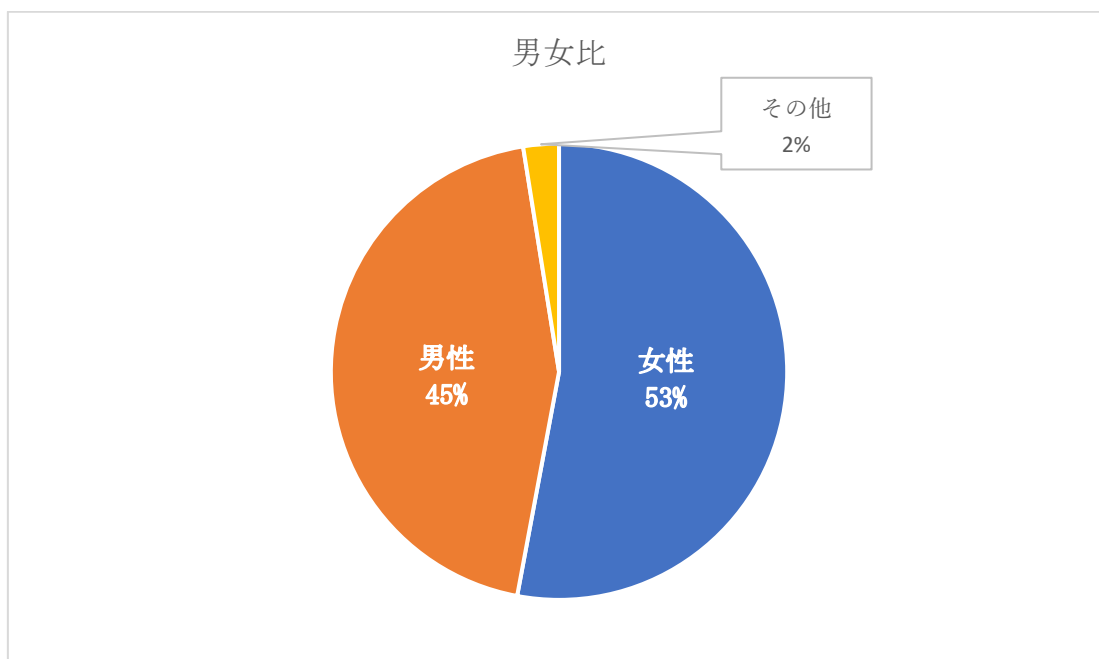
3 訪日旅行にかかるアンケートの実施

来場者の方にご協力いただき、計 119 名にアンケートを取ることができました。各質問項目およびアンケート結果については以下のとおりです。

(1) 回答者の年代および性別

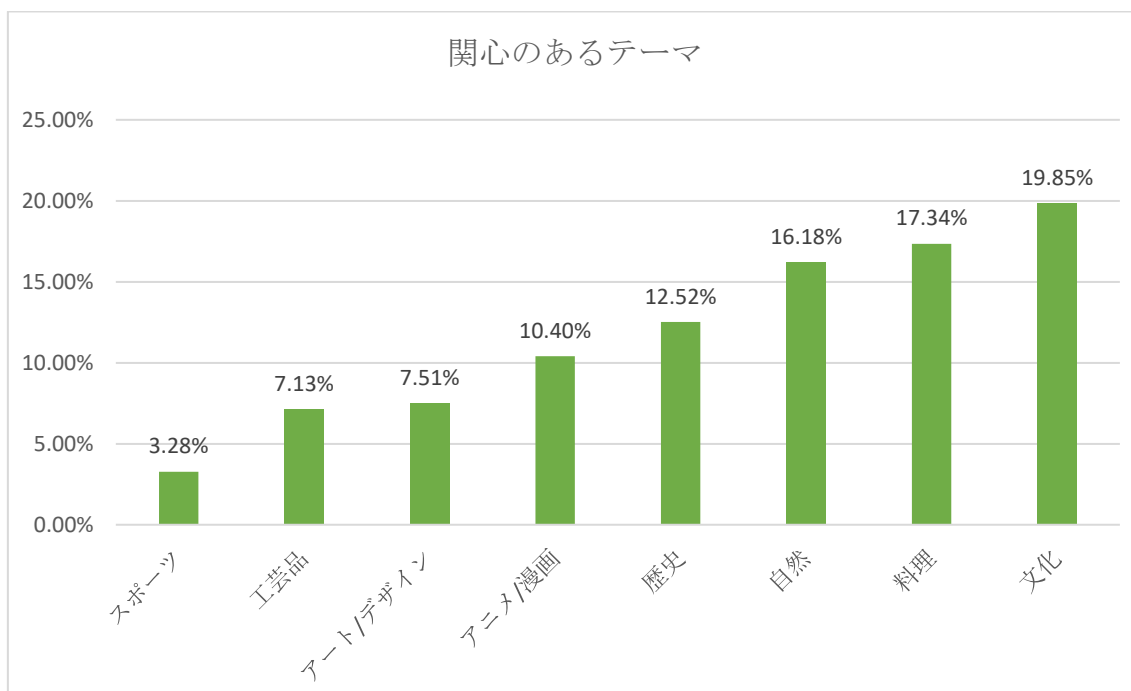
30～39 歳が 40 人、20～29 歳が 33 人と、20 代および 30 代が回答者の約 61%を占めました。また、回答者の性別については女性が過半数を占め、男性を上回りました。





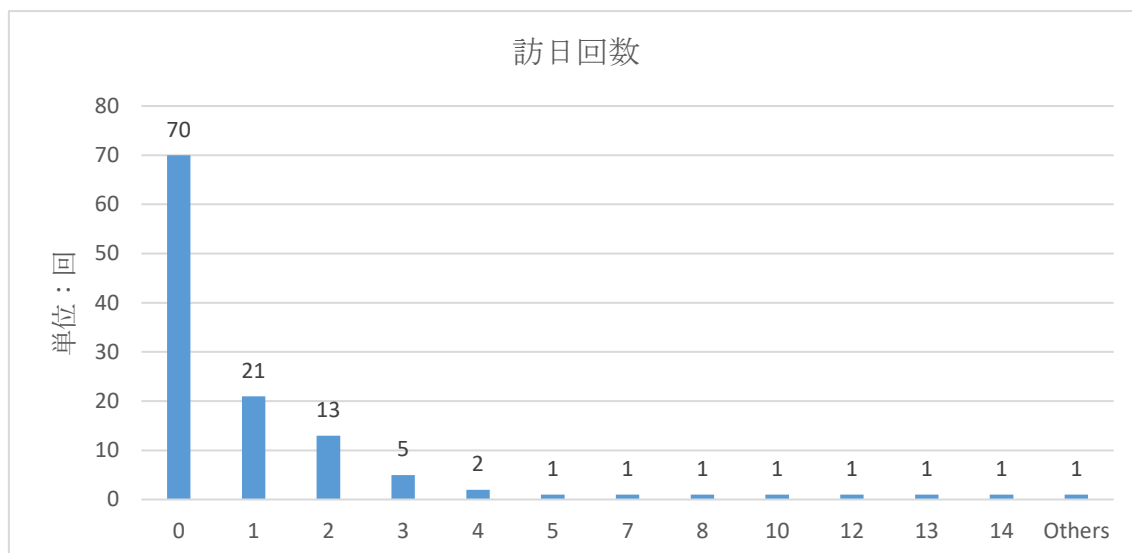
（２）日本への関心事項

文化、料理、自然、歴史に興味を持つ方が多くみられました。これは、今年度アイルランドのダブリンで行われた「エクスペリエンス・ジャパン」で実施したアンケートの結果と同様の傾向です。一方で、アイルランドでは10.4%であった「自然」に関する関心が、本調査では16.18%と、より強い関心のある分野であることがうかがえました。



（３）訪日回数

訪日回数について質問したところ、訪日経験がない方が 70 人と、半数以上の約 59% を占める結果となりました。一方で、5 回以上の訪日経験のある方等が計 8 人と、日本に特に強い興味関心等を寄せる方も見受けられました。



（４）訪日旅行時の予算および滞在期間

フライト代を除いた訪日旅行の予算について、20～40 万円未満が 40 人、40～60 万円未満が 35 人という結果となりました。観光庁の「インバウンド消費動向調査」における 2025 年 4～6 月期の 1 次速報によると、訪日外国人（一般客）1 人当たり旅行支出は推計 23 万 9 千円、国籍・地域別でいくとドイツは 39 万円 6 千円となっているため、同調査と同様の傾向が認められるといえます。

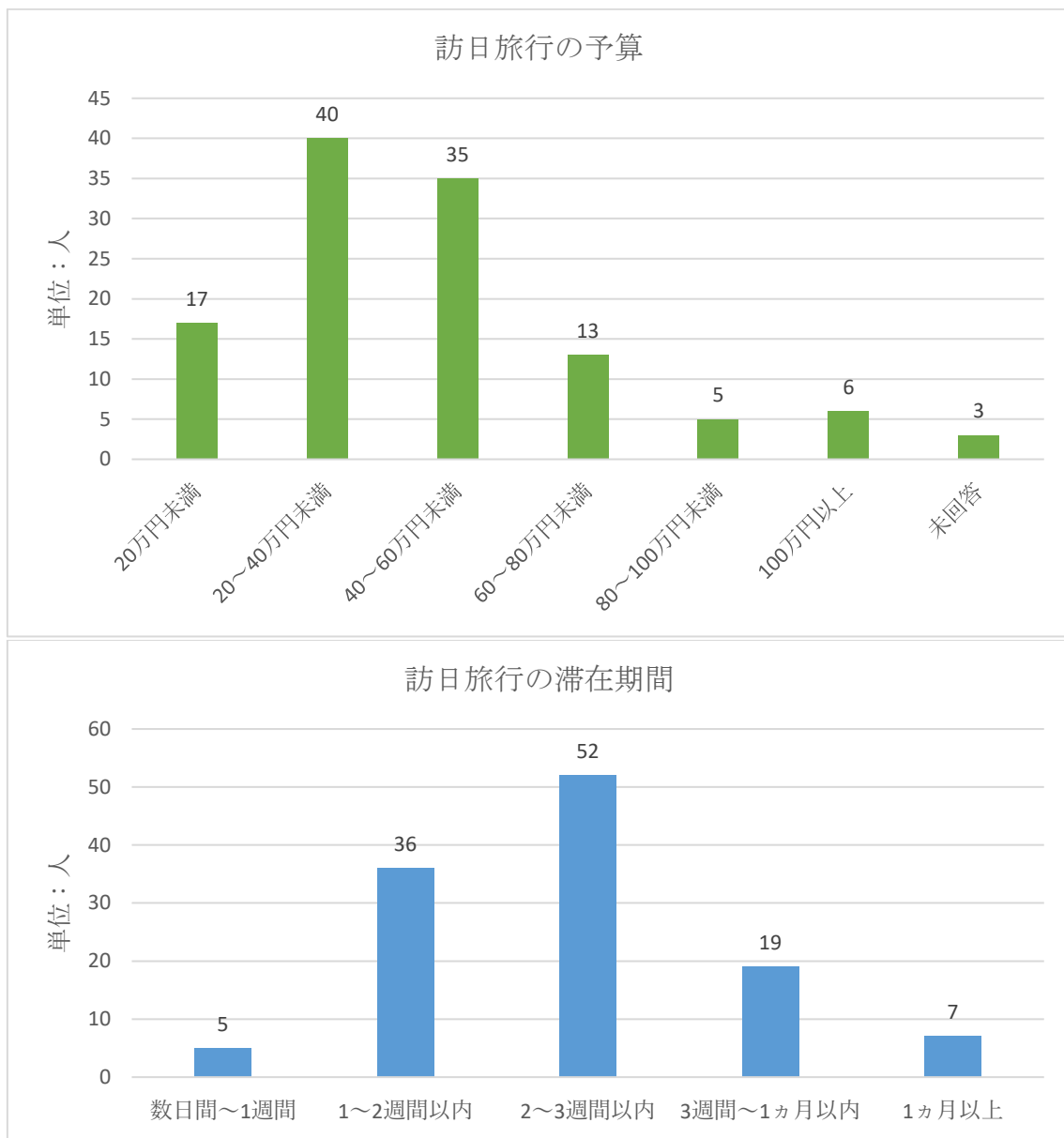
滞在期間については 2～3 週間以内を選択する方が 52 人と最も多く、約 44% を占めました。次点で 1～2 週間以内が 36 人と、約 30% となりました。前述の観光庁の調査にて、国籍・地域別でみるドイツの平均泊数が 18.3 泊となっているため、予算に続きこちらも同様の傾向が認められます。

訪日旅行時の予算と滞在期間の最も割合の高かったものを踏まえると、訪日旅行時の 1 日あたりの予算は、前年度に引き続き約 0.95～2.8 万円/人となりました。

参考：観光庁 インバウンド消費動向調査 2025 年 4-6 月期の調査結果（1 次速報）

[001900538.pdf](#)（最終検索日：2025 年 7 月 28 日）

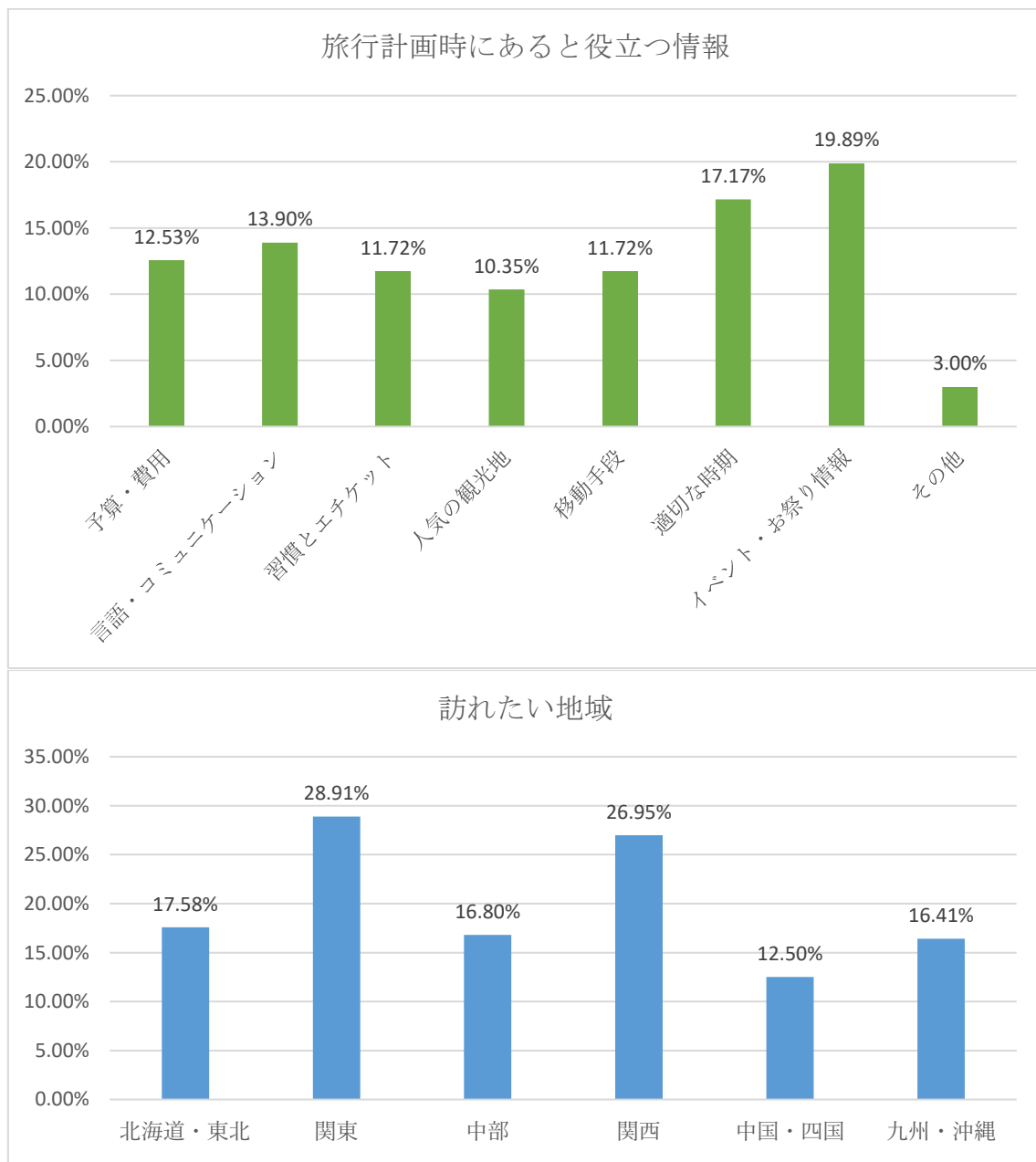
[001900537.xls](#)（最終検索日：2025 年 7 月 28 日）



(5) 訪日計画時に欲しい情報と訪れたい地域

訪日旅行計画時に役立つ情報として、イベント・お祭り関連の情報をあげる方が 19.89%、旅行に適切な時期が 17.17%、言語・コミュニケーションに関する情報が 13.90%という結果となりました。今年度のダブリンで開催された「エクスペリエンス・ジャパン」でのアンケート調査の際も、イベント・お祭り関連の情報および旅行に適切な時期の2つが上位となっており、同様の傾向が見られました。また、記載のもの以外に、国の歴史や特定の宗教に対応した施設の有無、メインシーズン以外のハイライト等に関する情報を知りたいとの声がありました。

訪れたい地域については、関東が 28.91%、関西が 26.95%という結果となりました。訪日経験がない方が約 59%を占めるため、地域の特色等をどこまで理解いただいているか明確でない部分もありますが、関東エリアに高い関心を持っている様子がうかがえました。



4 来場者の反応等

当事務所ブースの来場者は訪日旅行を計画している方が多い印象を受けました。2回目・3回目の旅行を計画しているなど、日本に行ったことのある方も多く、ブースを訪れた時点で既に旅行先や体験したいアクティビティ等、方向性を決めている方も多数見受けられました。そのような訪日等に関心の高い来場者の方から、下記のような質問を受けました。

＜来場者からいただいた質問（抜粋）＞

- ・今年の夏に日本への旅行を計画している。東京・大阪・京都以外でおすすめの地域は。

- ・日本の具体の旅行先等を相談したい際にはどこに相談すればよいか。
- ・電車を主な移動手段として考えているが、レールパスを購入すべきか。
- ・歴史的建造物が好きなので、有名な観光地以外でそういったものが見られる地域を教えてください。
- ・タトゥーがあると日本の温泉には入れないと聞いたが本当か。
- ・現在日本語を勉強しているが、漢字を習得することに苦労している。良い勉強手段等ないか。
- ・日本が好きで何回も行っているが、最近、各地でオーバーツーリズムが問題になっているとのニュースを見た。旅行を控えるべきか。

地域の魅力発信と並行して、書道や折り紙といった日本文化を感じていただけるようなアクティビティも行いましたが、終始行列ができるなど、訪日旅行はもちろんのこと、文化といった側面にも高い関心を寄せている様子がうかがえました。これはアンケート調査における「関心のあるテーマ」で「文化」の項目が上位となったことから見受けられます。調査では「料理」も関心のある項目となっていたため、今後の地域の魅力発信の取り組みとして、各都道府県の野菜や菓子といった食品や、焼き物や木工細工といった伝統工芸等、県産品の PR にも力をいれていくことを選択肢として検討したいと思います。

また、訪日旅行計画の際に、約 2 割の方がイベント・お祭り関連の情報を求めているという調査結果を踏まえて、現状 SNS での関連情報の発信を行っていますが、その強化を検討する必要性を感じました。

このようなイベントの機会等を最大限に生かし、日本への興味関心をより高めることのできるような PR の手法等について、引き続き検討・実施してまいります。

以上