海外旅行先としての日本の競争力

公益財団法人 日本交通公社 レポート

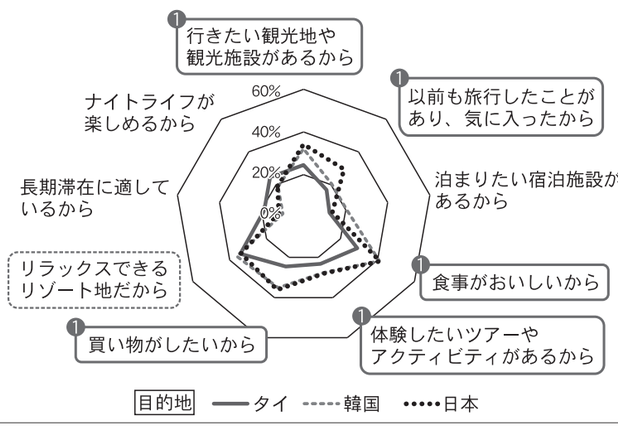
公益財団法人日本交通公社は６日、コロナ収束後の訪日インバウンド市場再開に向け、海外旅行先としての日本の競争力を確認するために、「海外旅行先としての日本の競争力」レポートを発表した。韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの12カ国・地域別に訪日外国人旅行者を誘致する際に、日本にとって競合となる国・地域を市場別に分析した。その結果、日本の魅力としては、「食事」「観光地・観光施設」「宿泊施設」「ツアー・アクティビティ」が多くの市場で高く評価されている。同財団は「ターゲット市場における日本の強み、弱みを把握して施策に生かすことが重要」と指摘する。

ターゲット市場での日本の強み、弱み把握し、インバウンド施策を

中国市場

●中国人が海外旅行をする際に、日本の競合観光地になるのはタイ、韓国。
●競合国との比較では、日本の選択率が1位となっている項目が多い一方、「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」「泊まりたい宿泊施設があるから」を除く項目で韓国と僅差となっている。
●魅力では、日本の「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」の選択率が高く、競合国・地域中、1位となっている。

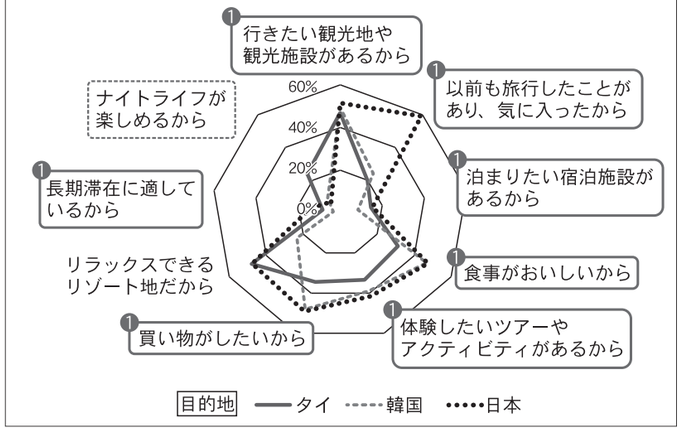
魅力 中国



台湾市場

●日本の競合観光地になるのはタイ、韓国。
●魅力では、日本の「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」の選択率が競合国を引き離しており、訪日リピーターから高い支持を得ている。
●「行きたい観光地や観光施設があるから」「食事がおいしいから」「体験したいツアー・アクティビティがあるから」「買い物がしたいから」は競合国中1位。
●日本の「リラックスできるリゾート地だから」の選択率はタイとほぼ同程度となっている。

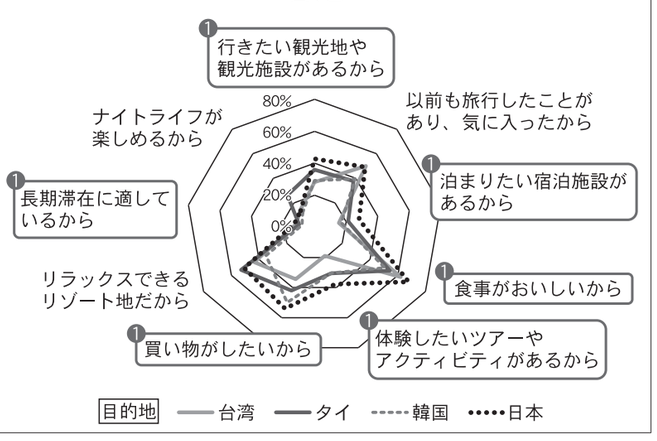
魅力 台湾



香港市場

●日本の競合観光地になるのは台湾、タイ、韓国。
●魅力では、日本は6項目で選択率が1位となっているが、各項目で競合国・地域と僅差。「行きたい観光地や観光施設があるから」や「泊まりたい宿泊施設があるから」の選択率は競合国・地域をやや引き離している。
●「ナイトライフが楽しめるから」は日本、台湾、韓国と比べ、タイに優位性がある。
●日本の「リラックスできるリゾート地だから」では、タイと同程度の選択率となっている。

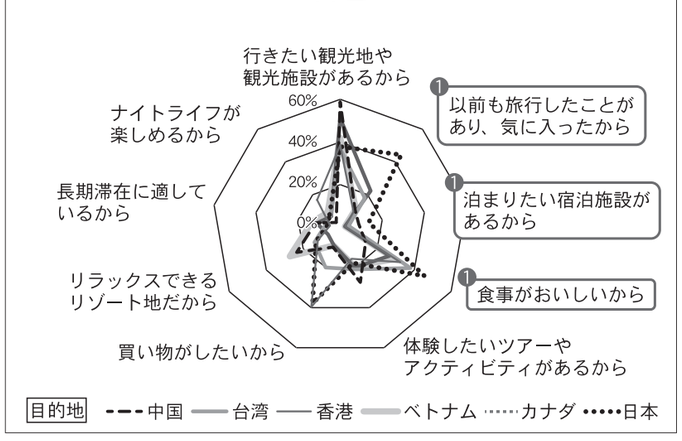
魅力 香港



韓国市場

●韓国人が海外旅行する際に、日本の競合観光地になるのは中国、台湾、香港、ベトナム、カナダ。
●魅力では、日本の「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」「泊まりたい宿泊施設があるから」「食事がおいしいから」の選択率が競合国・地域中、1位となっている。
●「行きたい観光地や観光施設があるから」はカナダや中国が高く、日本は30%台後半で台湾、香港と同程度となっている。

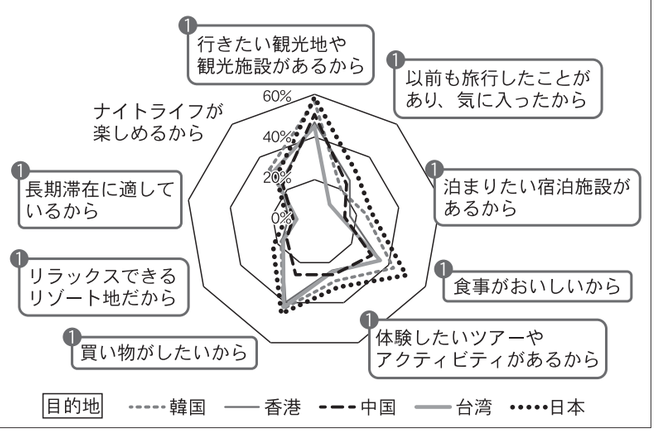
魅力 韓国



タイ市場

●タイ人が海外旅行する際に、日本の競合観光地となるのは、韓国、香港、中国、台湾。
●魅力では、日本は「ナイトライフが楽しめるから」以外の項目の選択率が競合国・地域中、1位となっている。
●受け入れ環境整備などに関しては、日本の「清潔だから」「治安が良いから」に加え、「高度な医療体制が整備されているから」の選択率は、競合国・地域中1位となった。

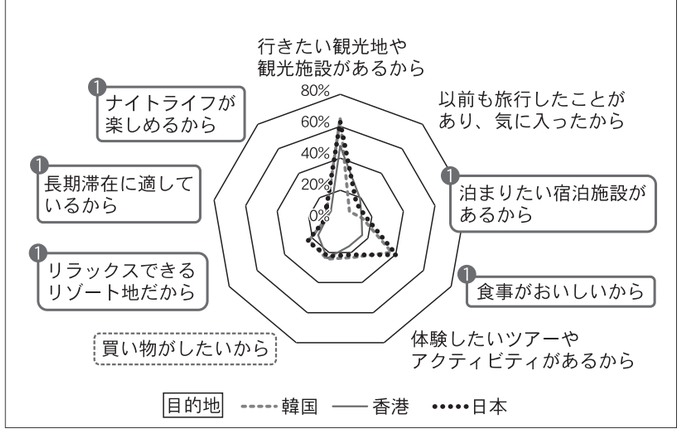
魅力 タイ



インドネシア市場

●インドネシア人が海外旅行する際に、日本の競合地となるのは、韓国、香港。
●魅力では、日本の「泊まりたい宿泊施設があるから」「食事がおいしいから」「リラックスできるリゾート地だから」「長期滞在に適しているから」「ナイトライフが楽しめるから」で選択率が1位となっている。
●一方、「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」以外の項目で韓国と僅差となっており、韓国との明確な差別化を意識したプロモーションが必要。

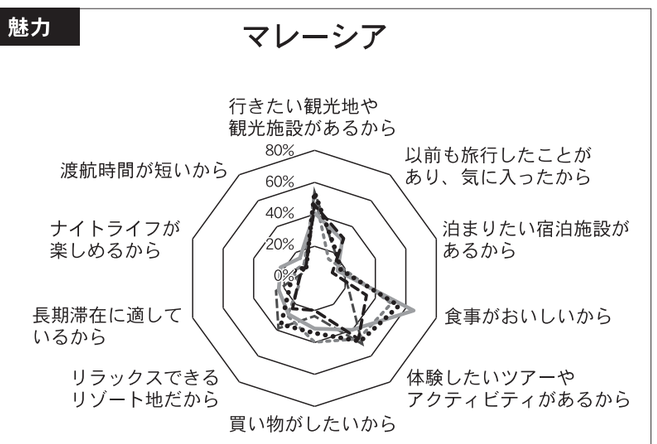
魅力 インドネシア



マレーシア市場

●マレーシア人が海外旅行する際に、日本の競合地となるのは、オーストラリア、韓国、中国、台湾。
●魅力では日本が1位となった項目はない。
●一方、「行きたい観光地や観光施設があるから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「リラックスできるリゾート地だから」の選択率の1位の国との差はいずれも3%以下と僅差になっている。競合国・地域との僅差の項目が多いため、差別化したプロモーションが必要。

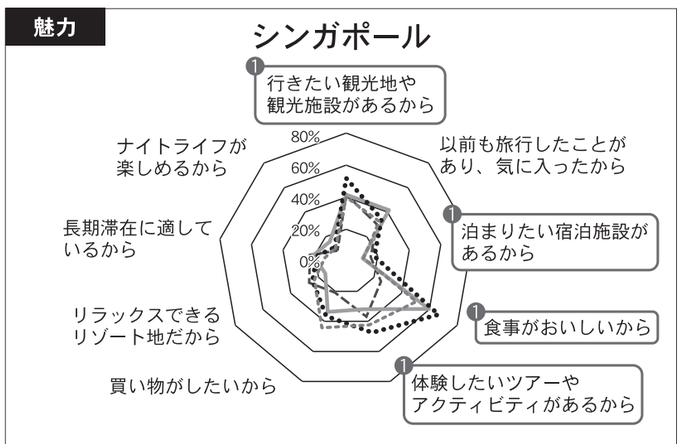
魅力 マレーシア



シンガポール市場

●日本の競合地は、オーストラリア、台湾、韓国。
●魅力では、日本の「行きたい観光地や観光施設があるから」「泊まりたい宿泊施設があるから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「食事がおいしいから」の選択率が競合国・地域中1位となっている。
●「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」「ナイトライフが楽しめるから」は台湾が、「買い物がしたいから」「長期滞在に適しているから」はオーストラリアが1位。

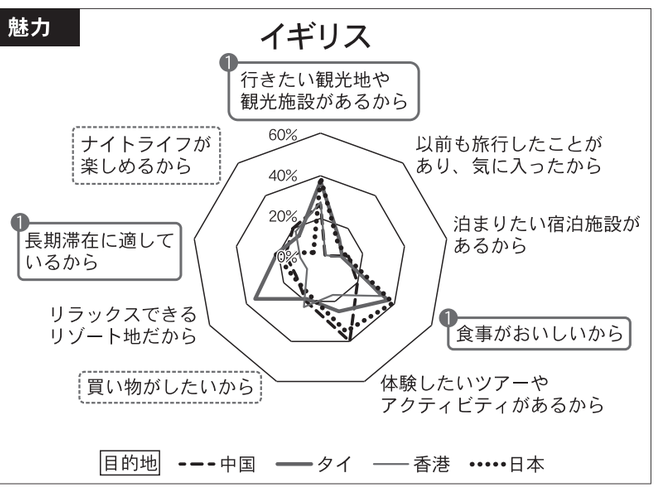
魅力 シンガポール



イギリス市場

●日本の競合地となるのは、中国、タイ、香港。
●魅力では、日本の「行きたい観光地や観光施設があるから」「食事がおいしいから」「長期滞在に適しているから」の選択率が競合国・地域中1位となっている。
●「泊まりたい宿泊施設があるから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「ナイトライフが楽しめるから」は中国が、「以前も旅行したことがあり、気に入ったから」「リラックスできるリゾート地だから」「買い物がしたいから」は香港が1位となった。

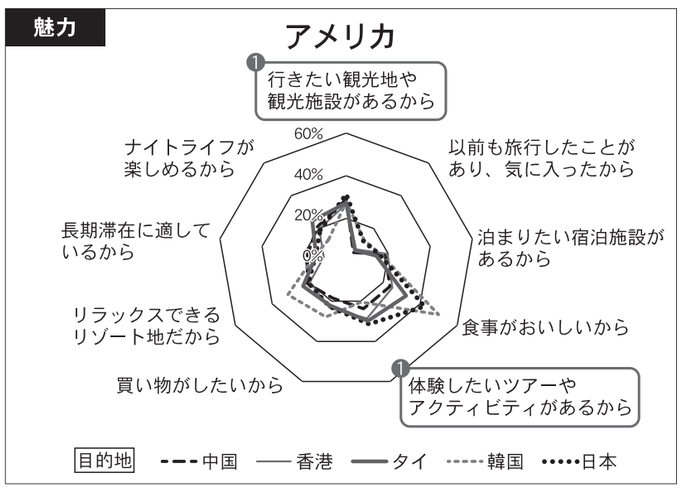
魅力 イギリス



アメリカ市場

●アメリカ人が海外旅行する際に、日本の競合地となるのは、中国、香港、タイ、韓国。
●魅力では、日本の「行きたい観光地や観光施設があるから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「食事がおいしいから」の選択率が競合国・地域中1位となった。
●受け入れ整備環境などに関しては、日本の「清潔だから」以外の項目で韓国と僅差となった。

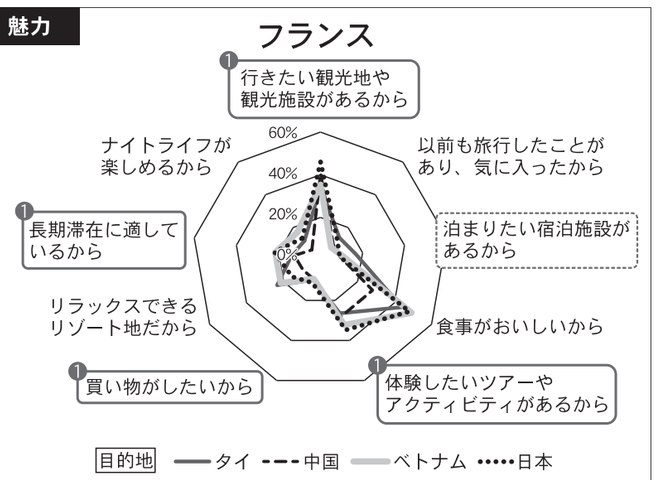
魅力 アメリカ



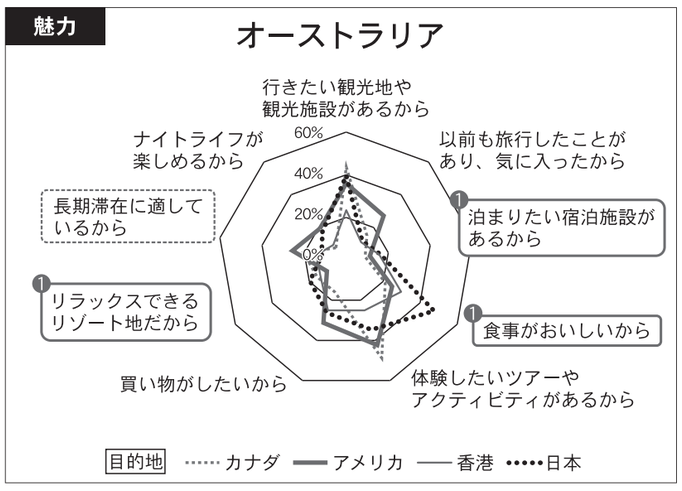
フランス市場

●フランス人が海外旅行する際に、日本の競合地となるのは、タイ、中国、ベトナム。
●魅力では、日本の「行きたい観光地や観光施設があるから」「体験したいツアーやアクティビティがあるから」「買い物がしたいから」「長期滞在に適しているから」の選択率が競合国中1位となった。
●一方で日本の「泊まりたい宿泊施設があるから」の選択率は競合国・地域中、最下位の4位となった。旅館などの魅力発信が必要。

魅力 フランス



オーストラリア市場

●オーストラリア人が海外旅行する際に、日本の競合地となるのは、カナダ、アメリカ、香港。
●魅力では、日本の「泊まりたい宿泊施設があるから」「食事がおいしいから」「リラックスできるリゾート地だから」の選択率が競合国・地域中1位となった。
●一方、日本の「長期滞在に適しているから」は競合国・地域中、最下位の4位となっている。
●受け入れ環境整備などに関しては、日本の「予算が合うから」「清潔だから」の選択率が1位となった。

魅力 オーストラリア