

海の京都来訪インバウンドのリアルタイムトレンド (丹鉄JR-WEST-RAIL-PASS国籍調査)

目 次

区 分	項 目	ページ
丹鉄インバウンド客 年次推移 2017～2019年度 (各年度4月～翌年3月)	1 海の京都エリア全体(丹鉄有人改札14駅計)	2
	2 天橋立駅	3
	3 福知山駅	4
	4 西舞鶴駅	5
	5 網野駅	6
	6 夕日ヶ浦木津温泉駅	7
丹鉄インバウンド客 国籍別トレンド・月間推移 (Zチャート分析)	1 インバウンド全体	8
	2 台湾	8
	3 香港	9
	4 中国	9
	5 韓国	10
	6 タイ	10
	7 シンガポール	11
	8 アメリカ	11
	9 フランス	12
	10 カナダ	12
	11 イギリス	13
	12 オーストラリア	13
参 考	13 JR-WEST-RAIL-PASS	14
	14 Zチャート	14
	15 新型コロナウイルス感染症の流行による影響等	14
	16 訪日インバウンドの国籍別特徴	15 ~ 18

令和2年4月

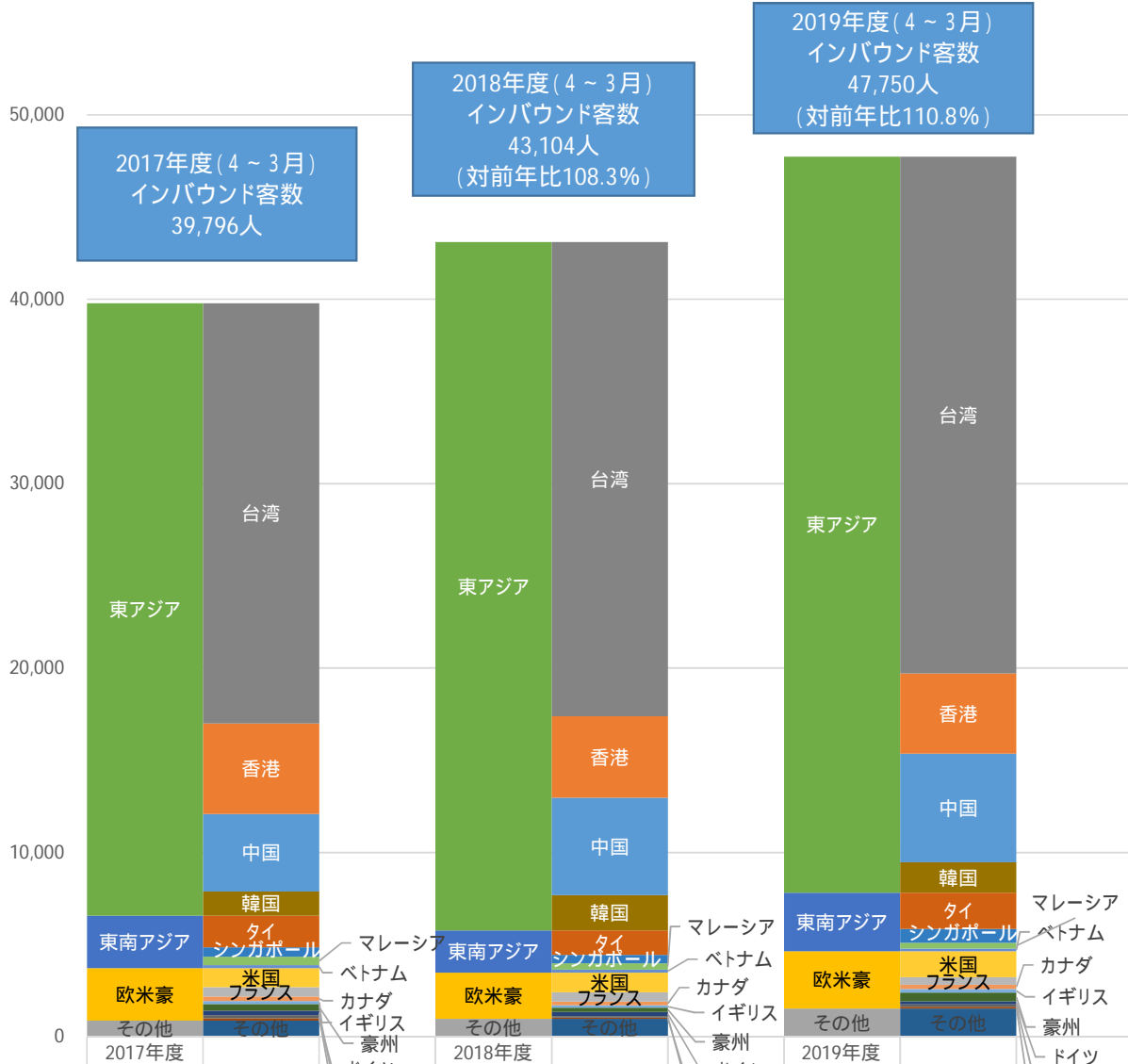
一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社
(通称:海の京都DMO)

海の京都DMOホームページ・プレスルーム「調査・データ」で公開しています。

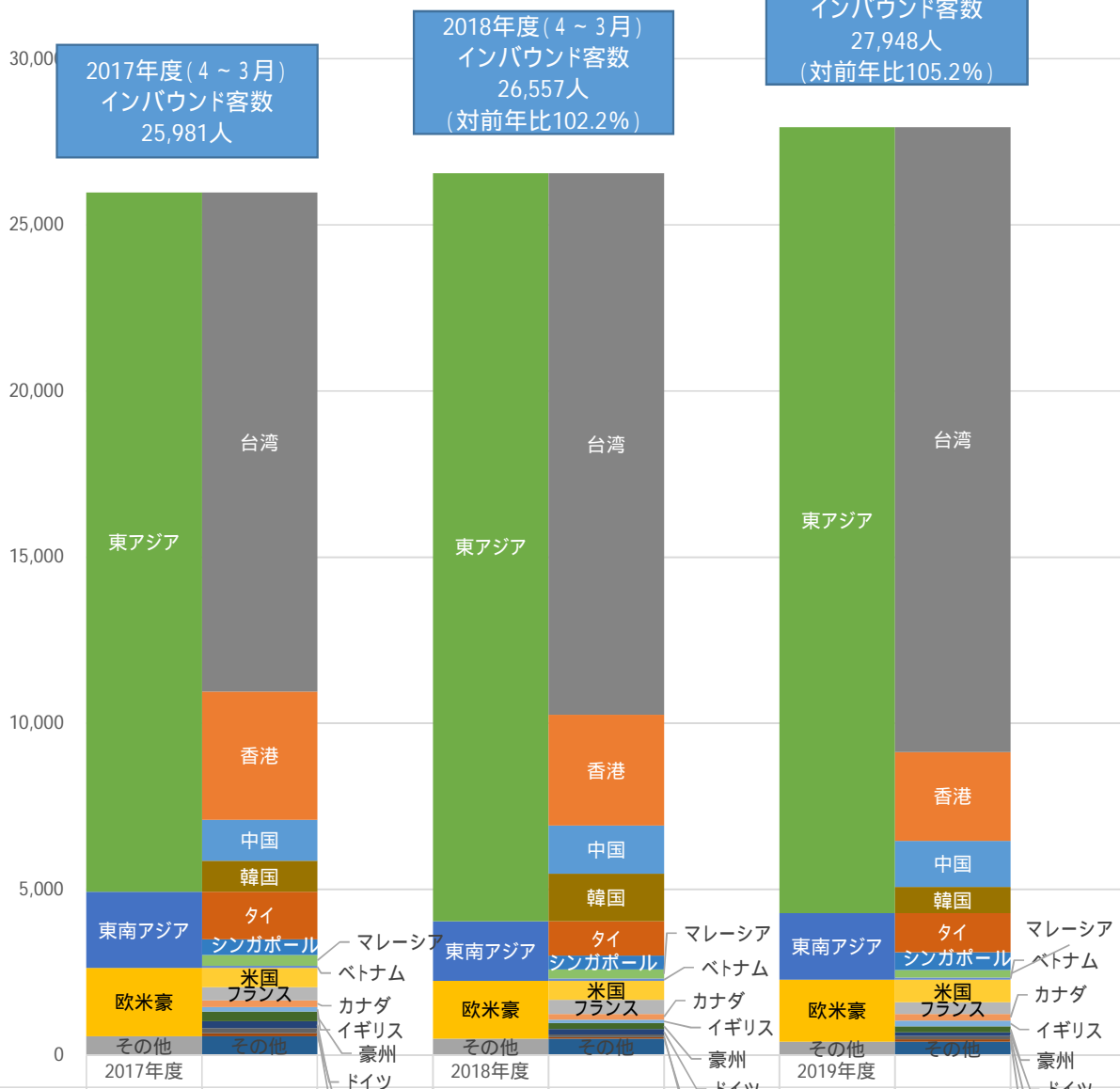
<https://www.uminokyoito.jp/pressroom/research.php>

海の京都エリア
丹鉄有人改札14駅計

丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア インバウンド客数
2017～2019年次推移(各年4月～翌年3月)



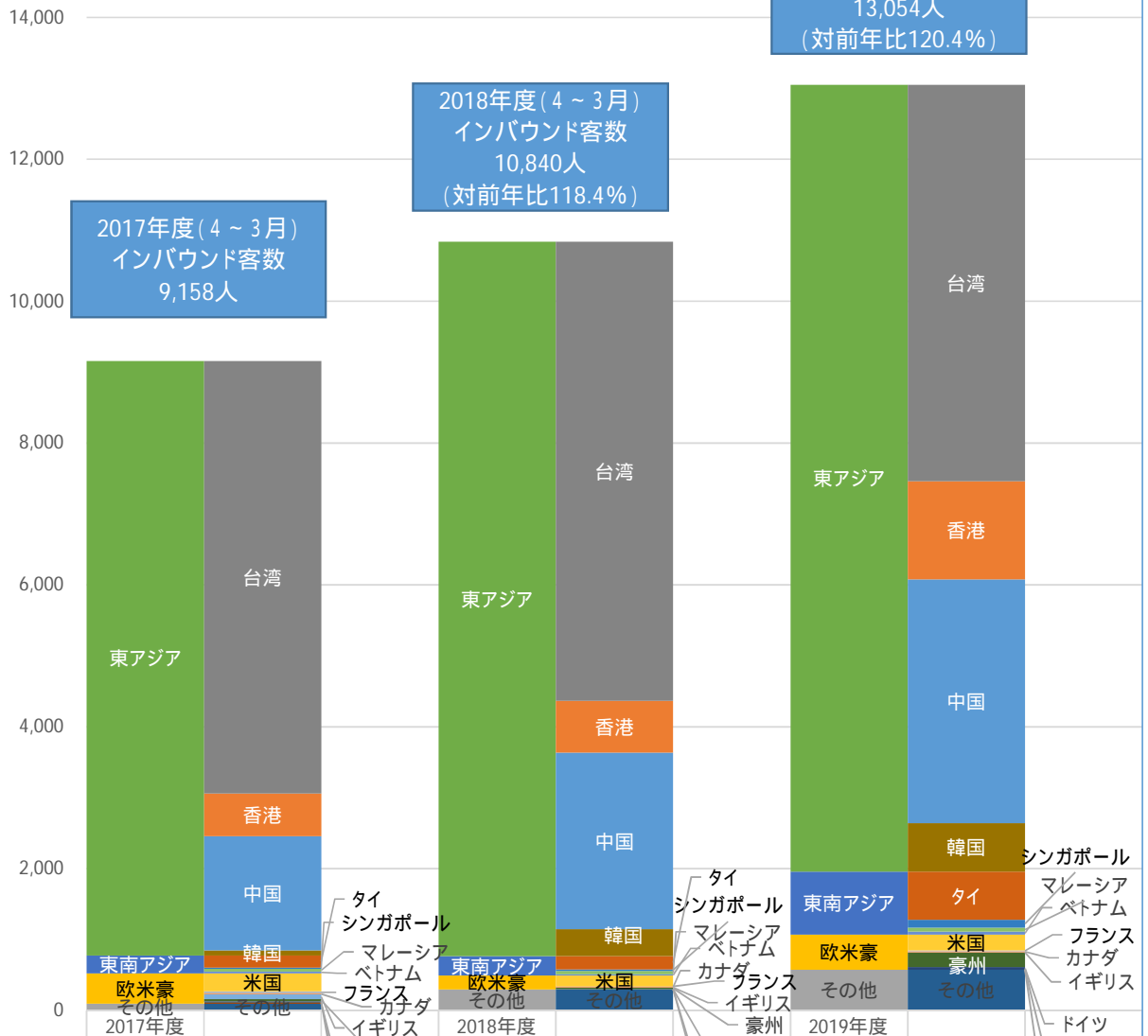
台湾	22,793	25,717	28,034
香港	4,913	4,421	4,349
中国	4,203	5,288	5,905
韓国	1,318	1,911	1,638
タイ	1,709	1,318	1,969
シンガポール	520	455	758
マレーシア	454	348	313
ベトナム	161	165	142
米国	1,036	1,063	1,403
フランス	506	506	416
カナダ	234	206	231
イギリス	169	121	196
豪州	357	237	473
ドイツ	245	216	159
スペイン	175	86	139
イタリア	119	63	87
その他	884	983	1,538
東アジア	33,227	37,337	39,926
東南アジア	2,844	2,286	3,182
欧米豪	2,841	2,498	3,104
その他	884	983	1,538



台湾	15,030	16,302	18,813
香港	3,861	3,330	2,674
中国	1,228	1,451	1,385
韓国	936	1,432	795
タイ	1,427	1,032	1,170
シンガポール	472	415	535
マレーシア	329	280	229
ベトナム	63	71	67
米国	575	568	681
フランス	399	428	350
カナダ	204	170	195
イギリス	137	101	176
豪州	292	183	182
ドイツ	205	162	108
スペイン	153	81	99
イタリア	90	46	73
その他	580	505	416
東アジア	21,055	22,515	23,667
東南アジア	2,291	1,798	2,001
欧米豪	2,055	1,739	1,864
その他	580	505	416

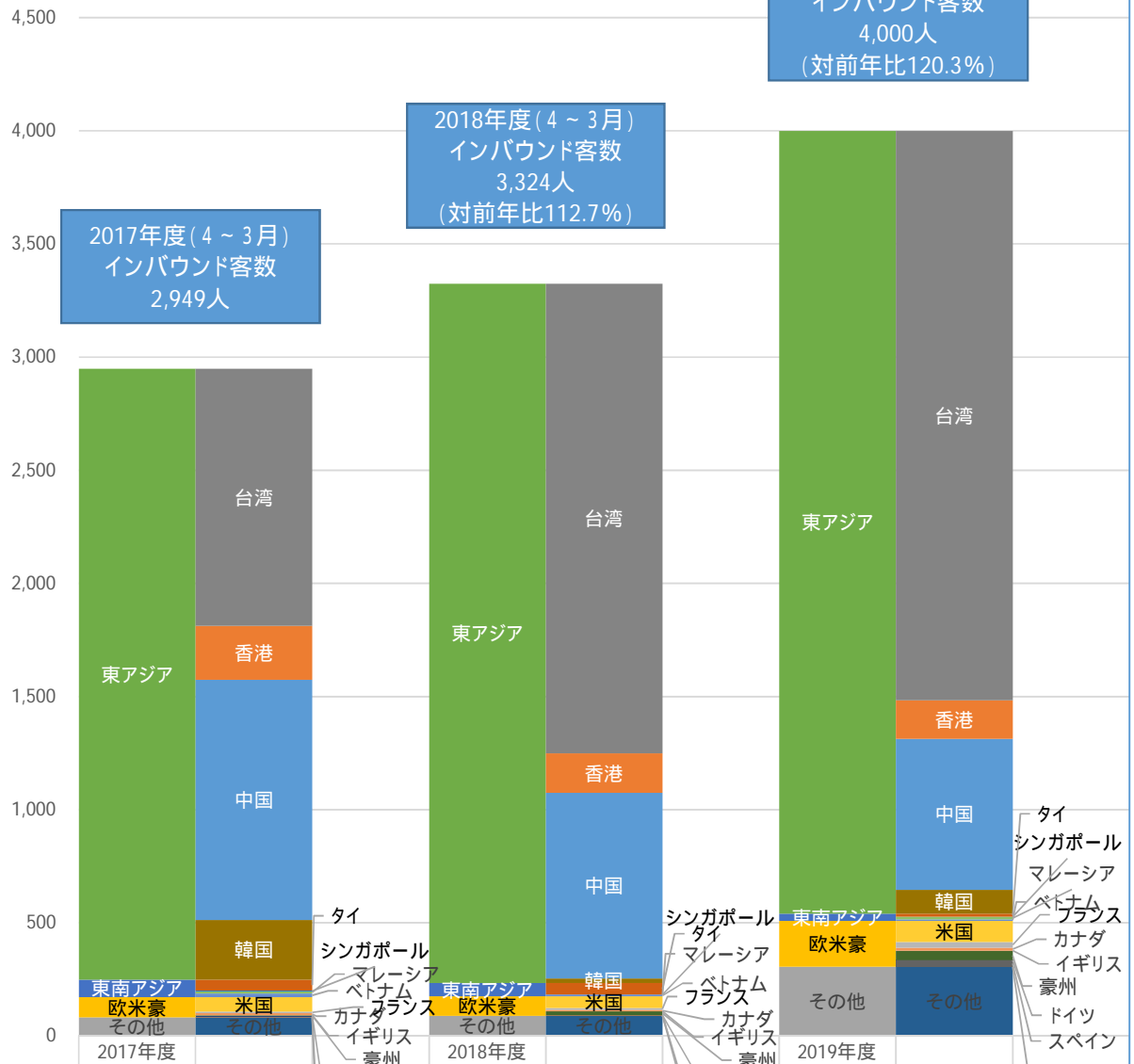
福知山駅

丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 福知山駅 インバウンド客数
2017～2019年次推移(各年4月～翌年3月)



	2017年度	2018年度	2019年度
台湾	6,097	6,472	5,590
香港	603	733	1,387
中国	1,611	2,489	3,435
韓国	71	380	684
タイ	171	186	679
シンガポール	20	22	110
マレーシア	36	50	59
ベトナム	25	15	40
米国	253	152	224
フランス	32	4	10
カナダ	13	13	17
イギリス	65	2	3
豪州	30	21	205
ドイツ	10	5	35
スペイン	14	0	0
イタリア	12	0	0
その他	95	296	576
東アジア	8,382	10,074	11,096
東南アジア	252	273	888
欧米豪	429	197	494
その他	95	296	576

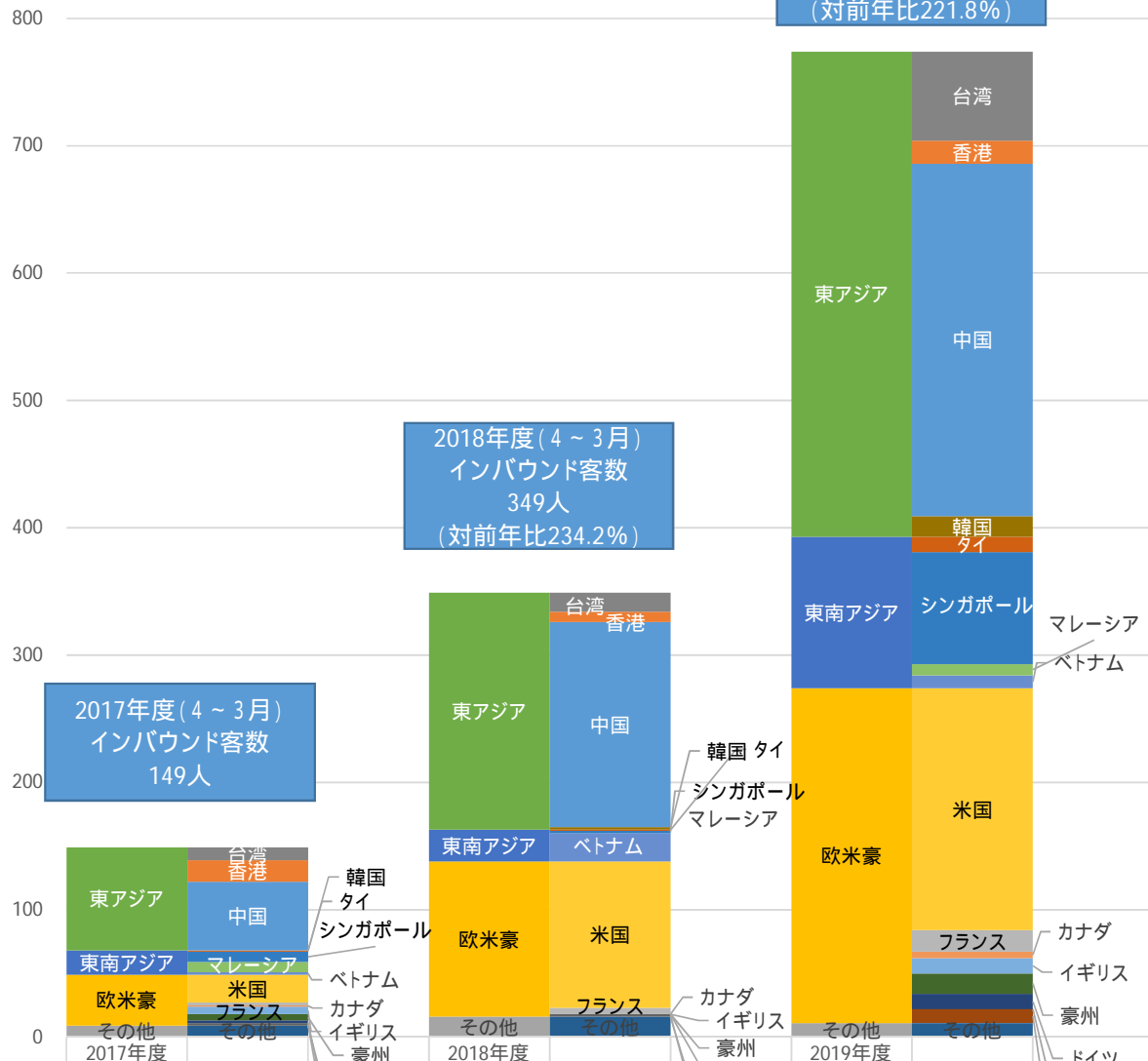
丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 西舞鶴駅 インバウンド客数
2017～2019年次推移(各年4月～翌年3月)



	2017年度	2018年度	2019年度
台湾	1,137	2,075	2,516
香港	238	175	171
中国	1,062	820	667
韓国	263	20	105
タイ	48	51	14
シンガポール	4	0	0
マレーシア	9	0	12
ベトナム	17	8	7
米国	64	52	93
フランス	6	7	25
カナダ	9	7	13
イギリス	0	0	0
豪州	3	18	42
ドイツ	3	0	0
スペイン	0	0	29
イタリア	4	2	0
その他	82	89	306
東アジア	2,700	3,090	3,459
東南アジア	78	59	33
欧米豪	89	86	202
その他	82	89	306

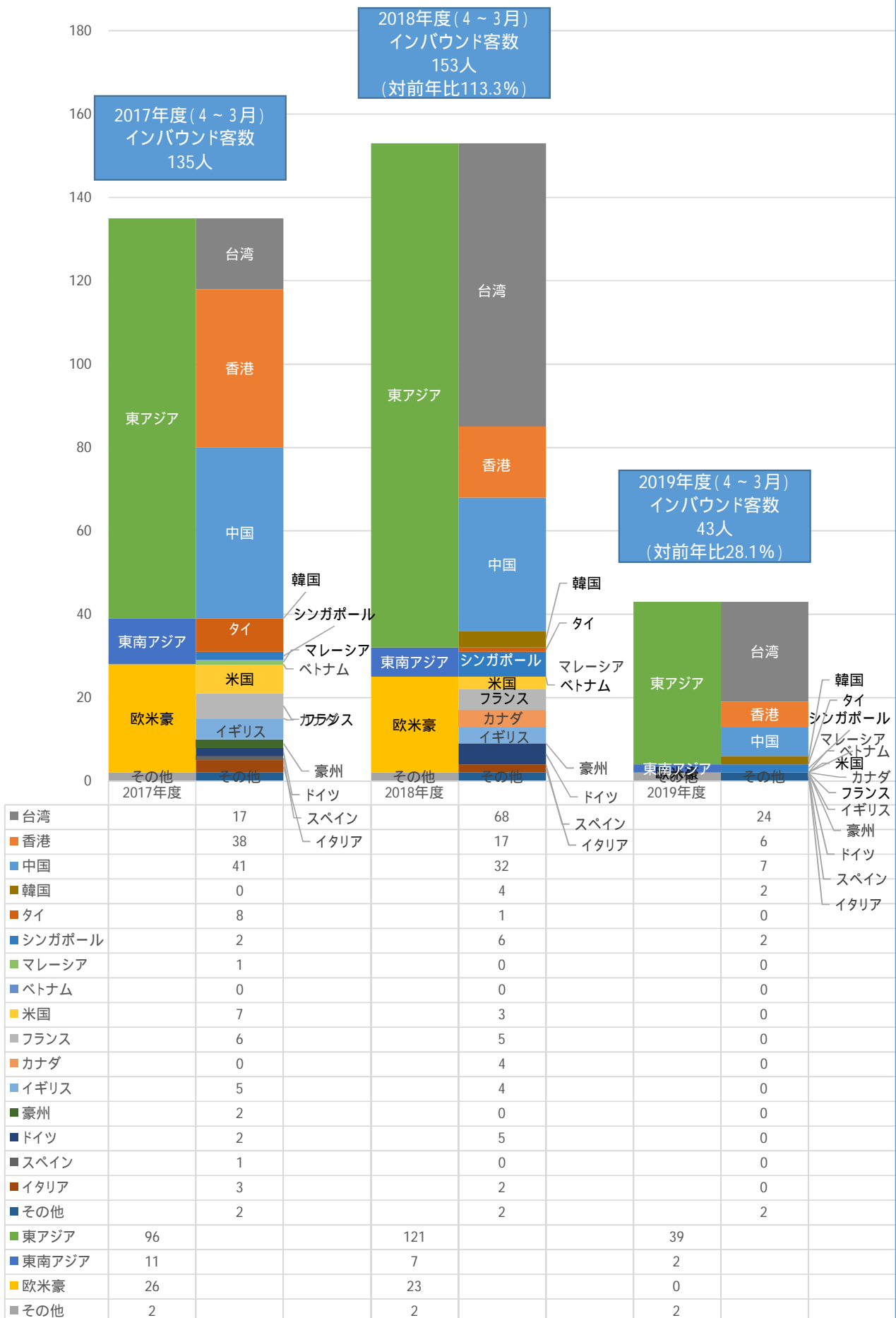
丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 網野駅 インバウンド客数

2017～2019年次推移(各年4月～翌年3月)



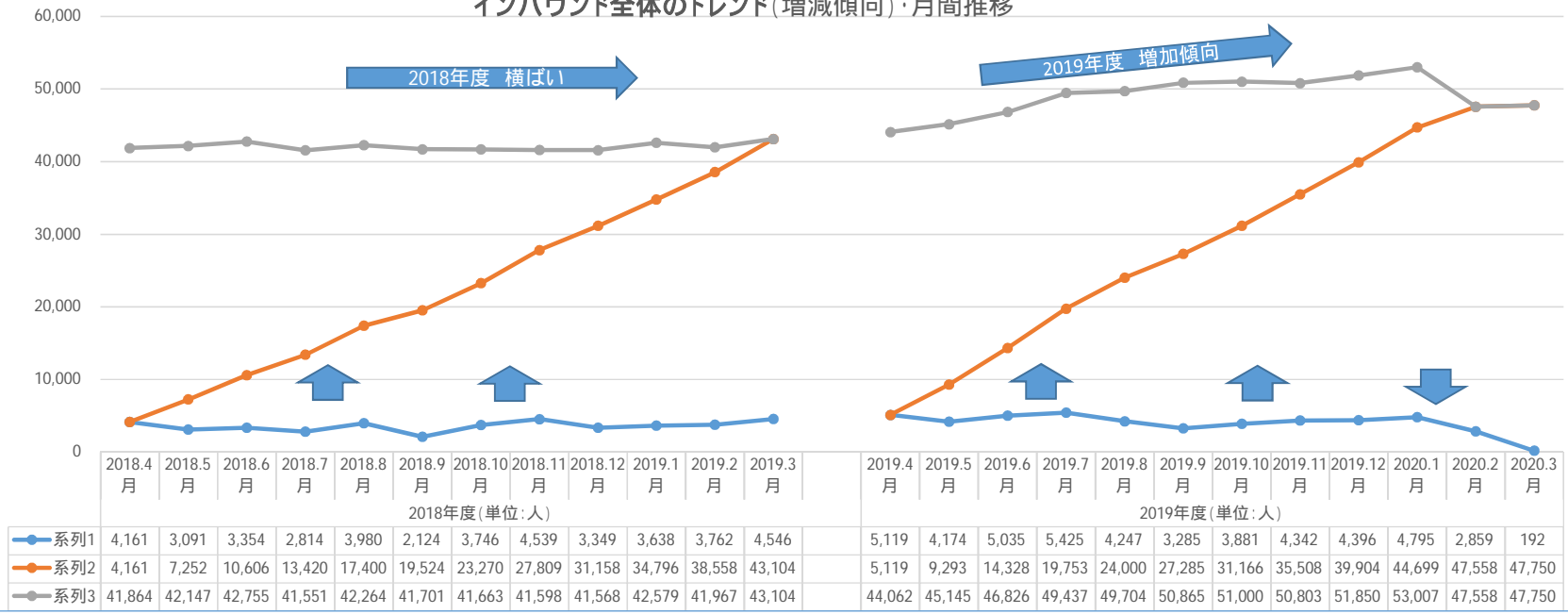
	2017年度	2018年度	2019年度
台湾	10	15	70
香港	17	8	18
中国	54	161	277
韓国	0	2	16
タイ	1	1	12
シンガポール	8	2	88
マレーシア	8	0	9
ベトナム	2	22	10
米国	22	115	190
フランス	2	5	17
カナダ	1	0	5
イギリス	6	0	12
豪州	5	0	16
ドイツ	2	0	12
スペイン	2	2	0
イタリア	0	0	11
その他	9	16	11
東アジア	81	186	381
東南アジア	19	25	119
欧米豪	40	122	263
その他	9	16	11

丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 夕日ヶ浦木津温泉駅 インバウンド客数
2017～2019年次推移(各年4月～翌年3月)



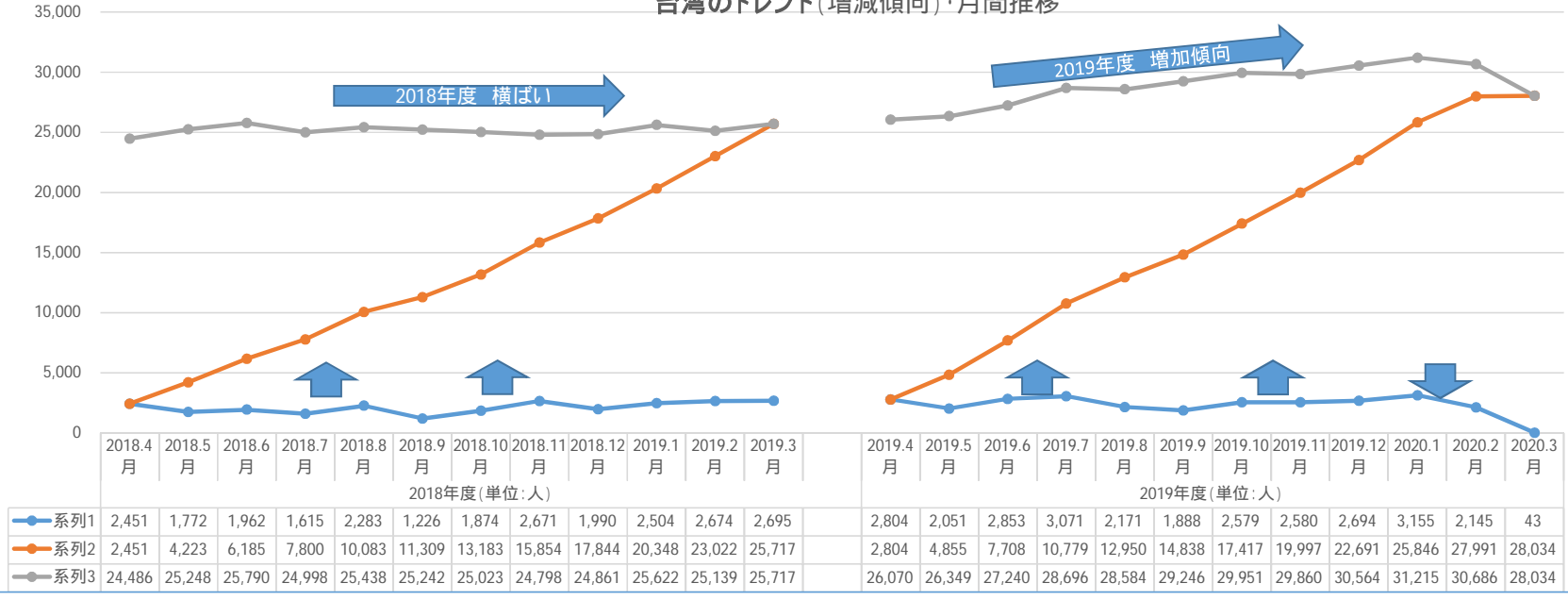
インバウンド全体

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
インバウンド全体のトレンド(増減傾向)・月間推移



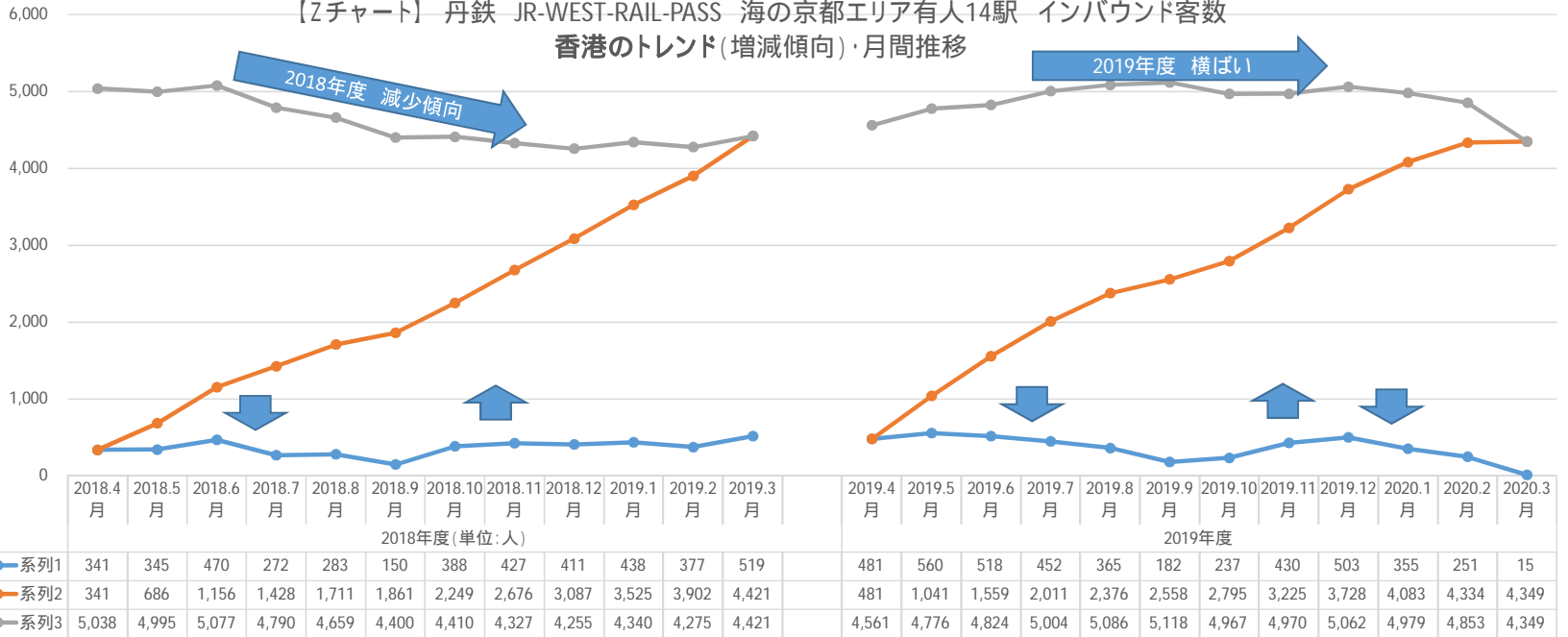
台湾

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
台湾のトレンド(増減傾向)・月間推移



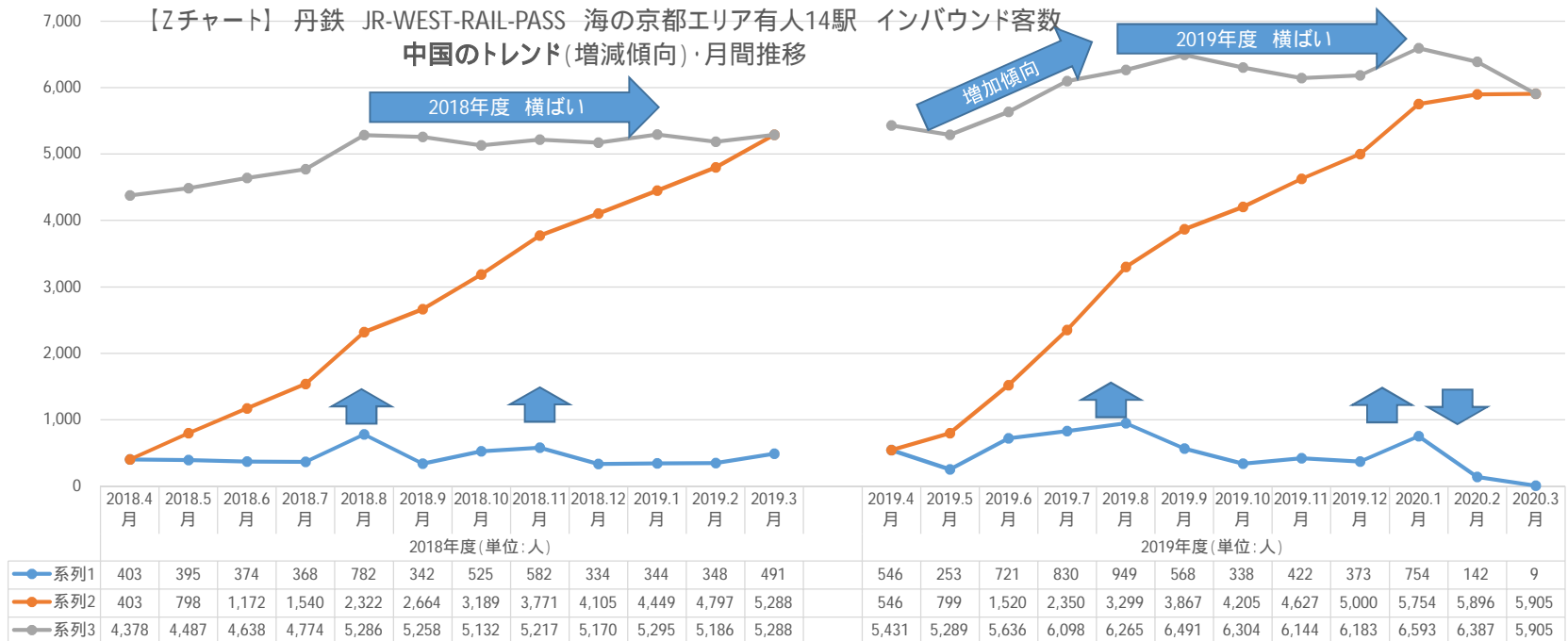
香港

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
香港のトレンド(増減傾向)・月間推移



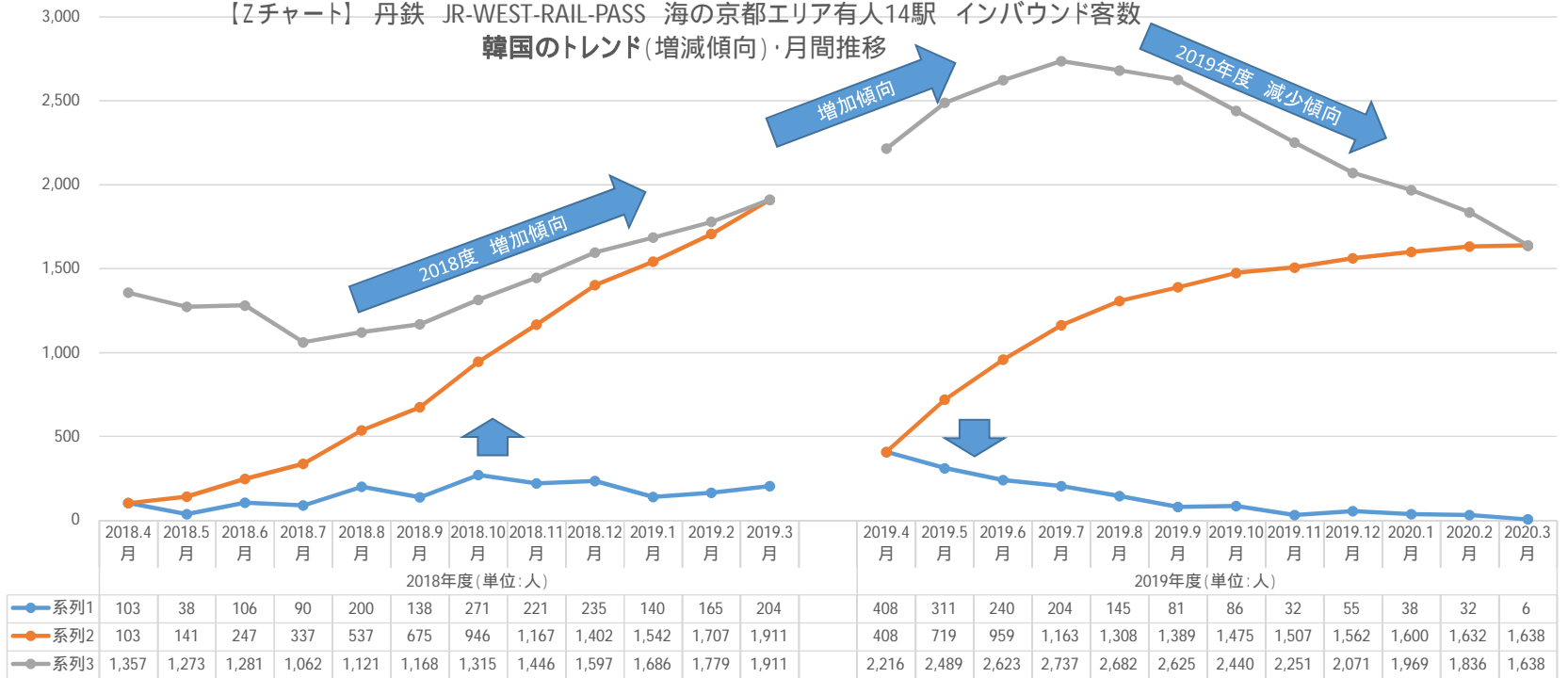
中国

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
中国のトレンド(増減傾向)・月間推移



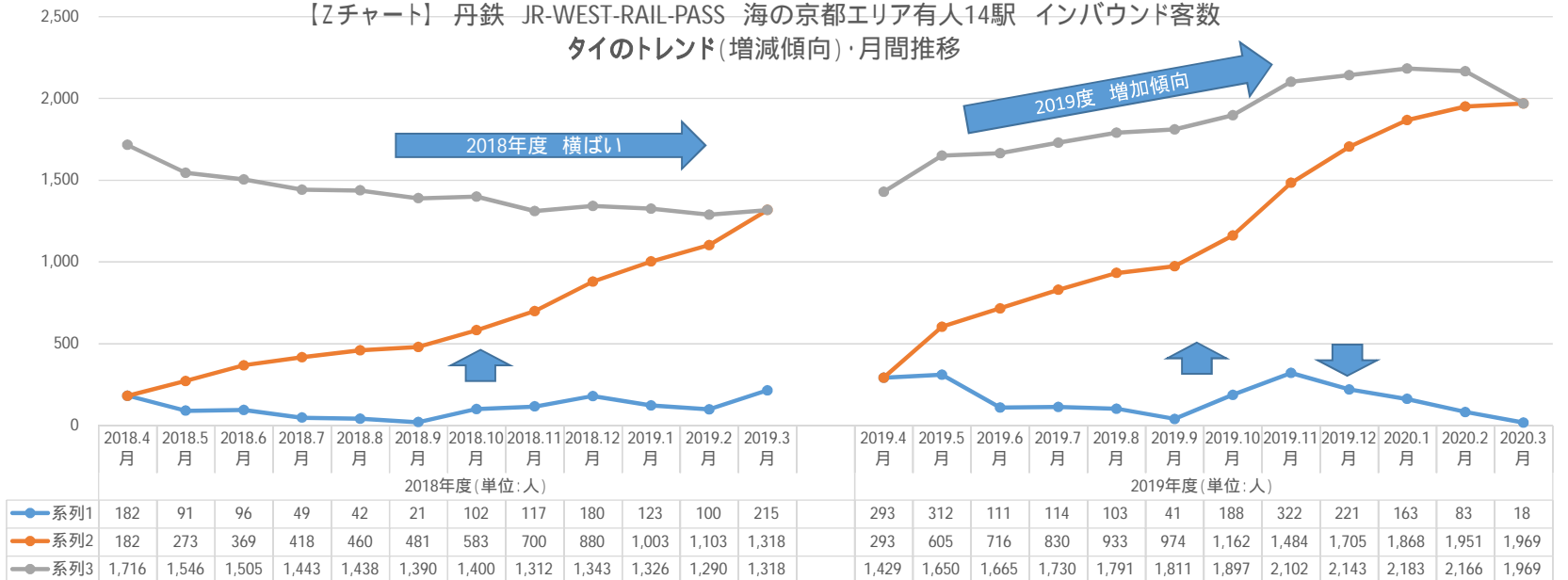
韓国

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
韓国のトレンド(増減傾向)・月間推移



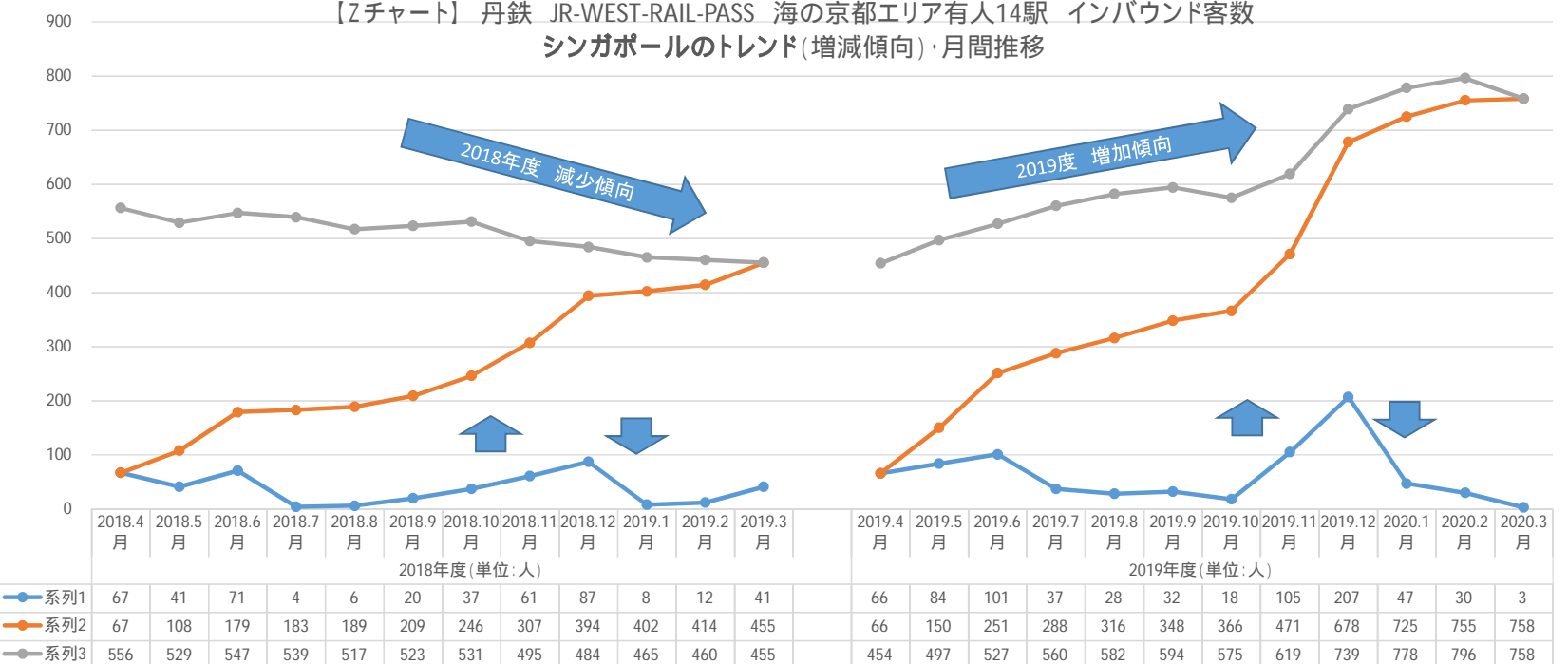
タイ

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
タイのトレンド(増減傾向)・月間推移



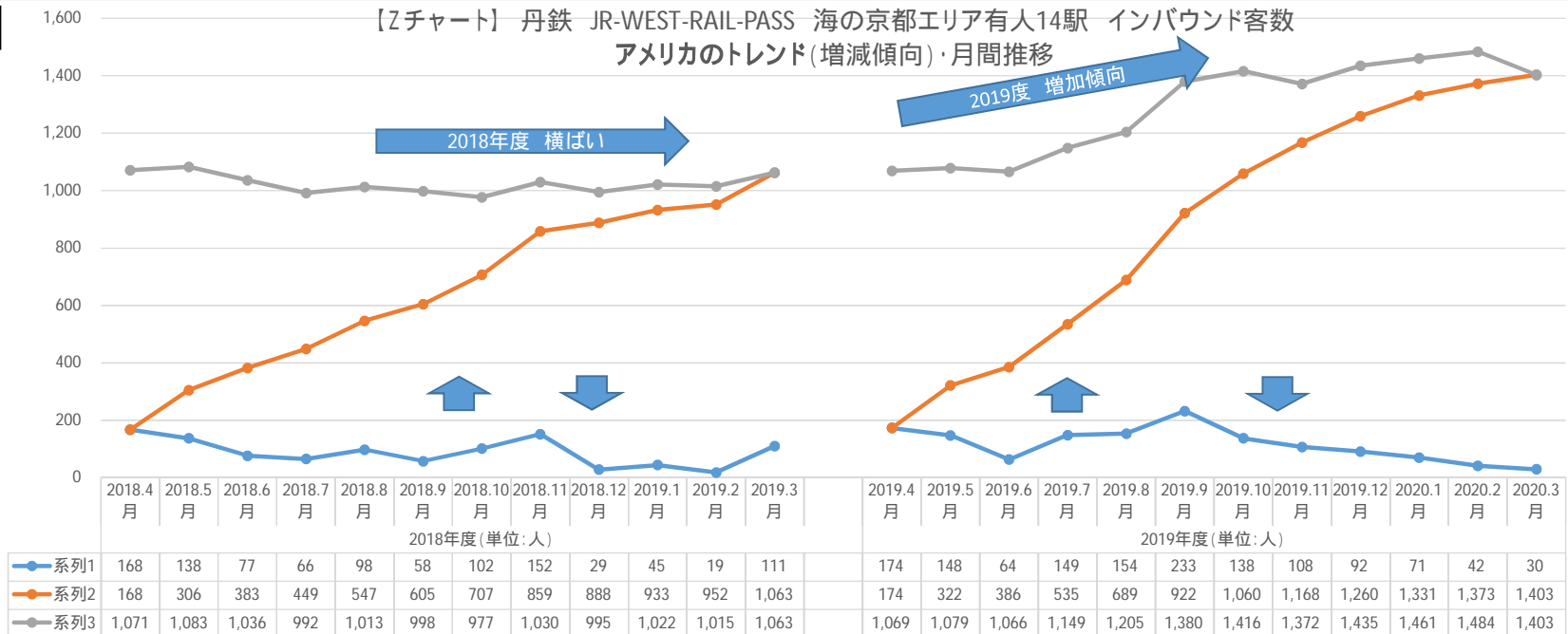
シンガポール

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数 シンガポールのトレンド(増減傾向)・月間推移



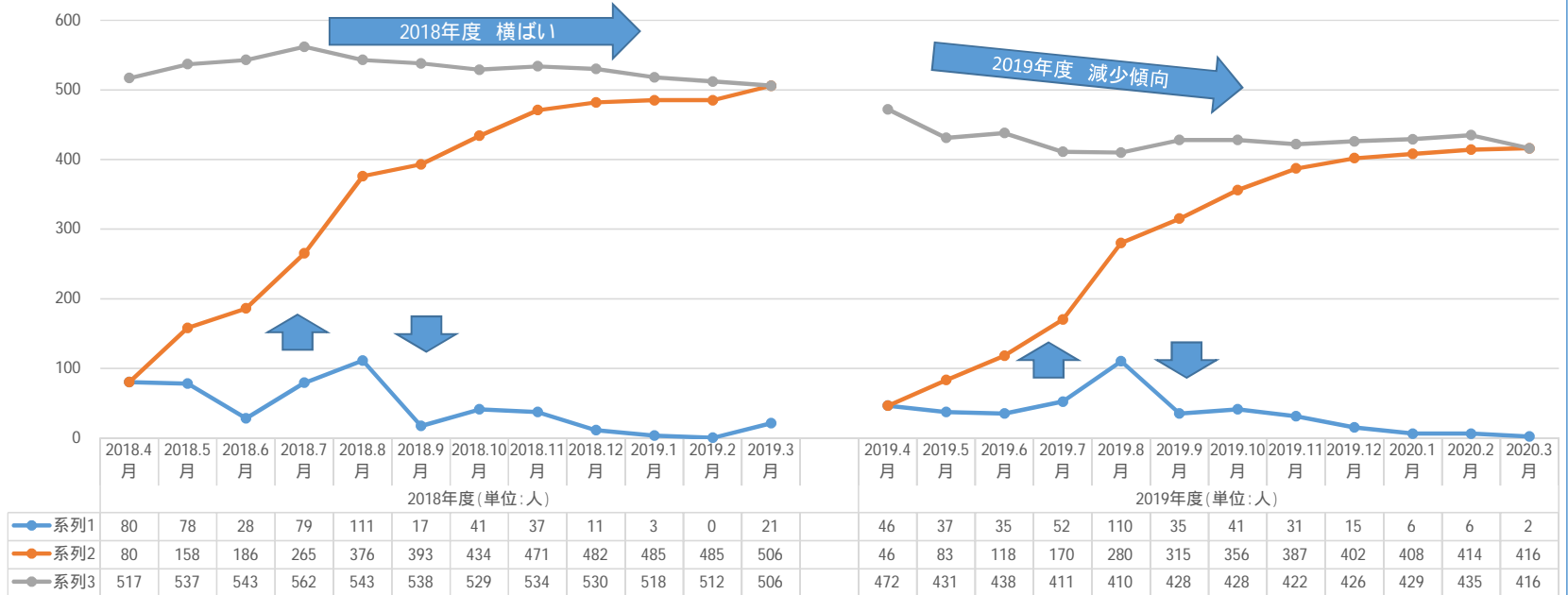
アメリカ

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数 アメリカのトレンド(増減傾向)・月間推移



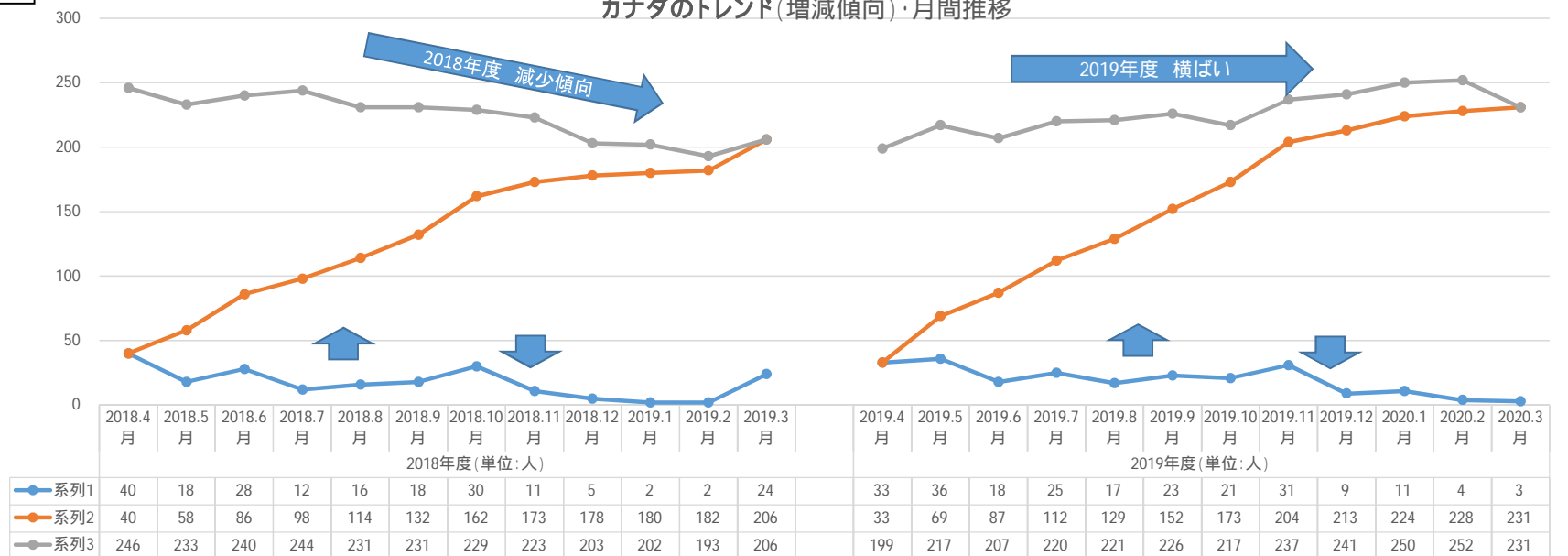
フランス

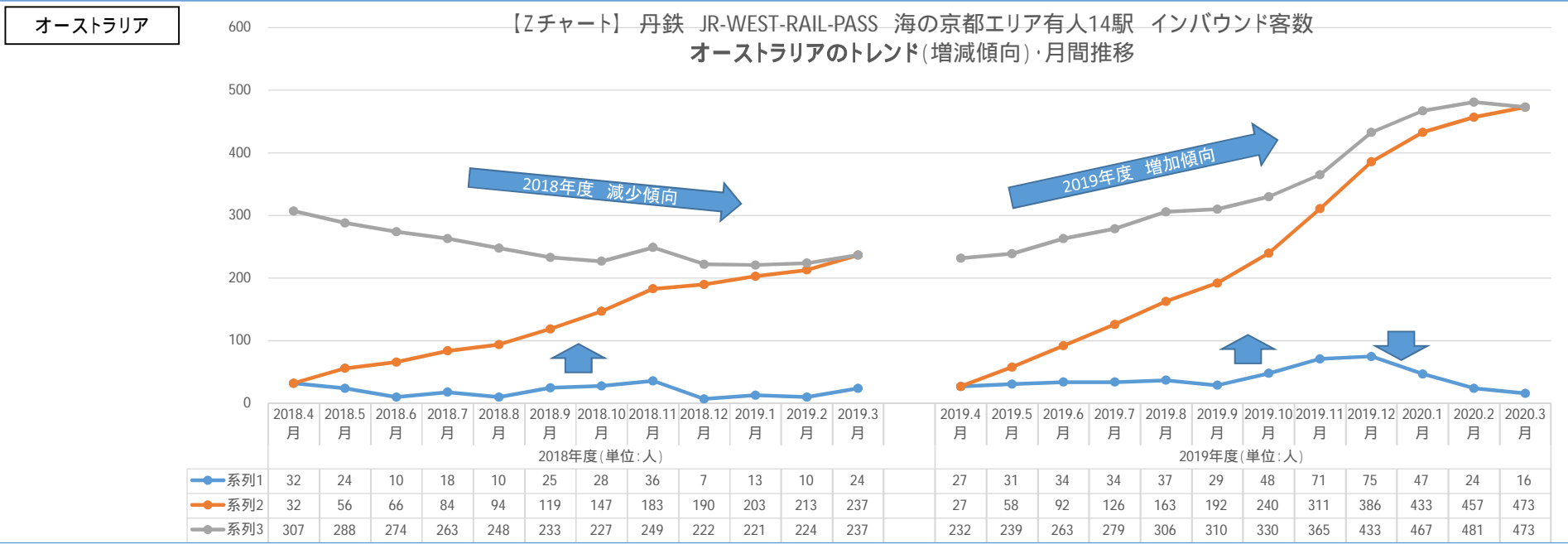
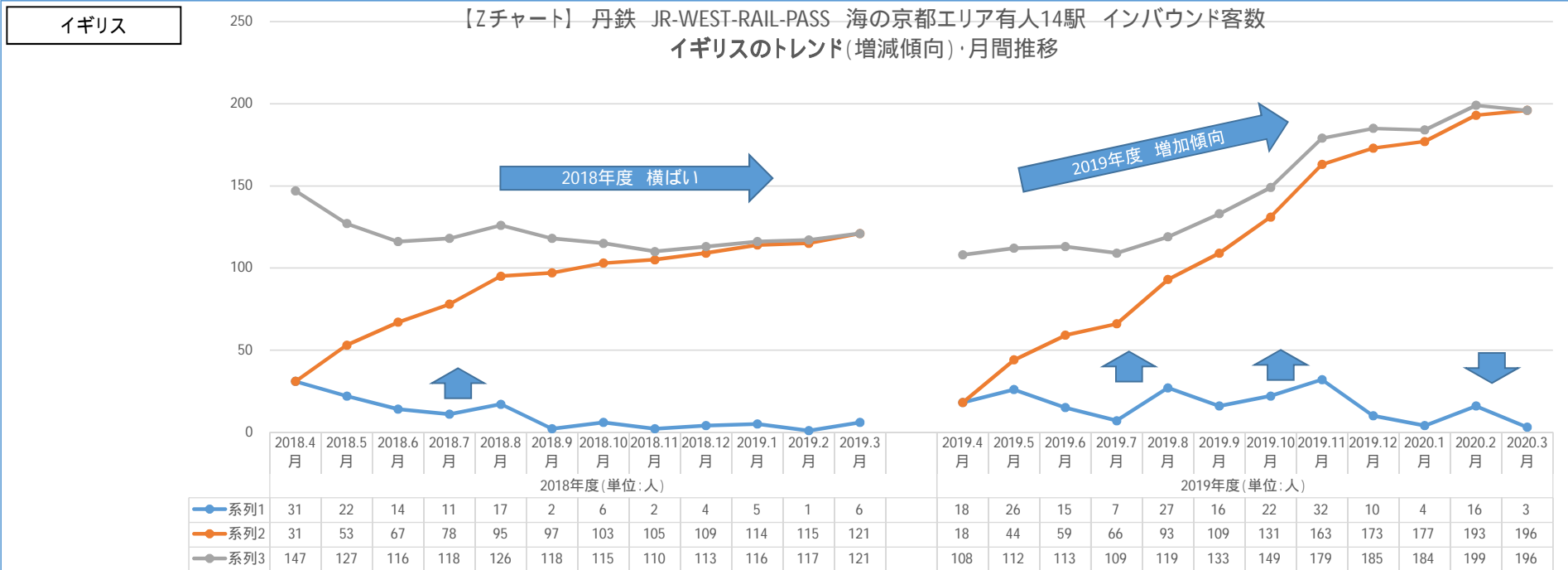
【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
フランスのトレンド(増減傾向)・月間推移



カナダ

【Zチャート】 丹鉄 JR-WEST-RAIL-PASS 海の京都エリア有人14駅 インバウンド客数
カナダのトレンド(増減傾向)・月間推移





< 参考 >

1. JR-WEST-RAIL-PASS

JR West Rail Passは、日本を訪れる外国人旅行者向けにJR西日本が発行する乗り放題パス。

有効期間は5日間

「短期滞在」の訪日外国人旅行者が対象。海外発売のほか、国内でも発売。

・日本国外で購入：12歳以上 9,000円、6-11歳 4,500円

・日本国内で購入：12歳以上 9,500円、6-11歳 4,750円

パスのエリア

・関西空港や大阪、京都、神戸、奈良、姫路、滋賀、岡山、倉敷、和歌山・白浜、城崎温泉、高松を含む関西エリア。

エリア内の次の運輸機関が乗り放題

・JR 線の山陽新幹線(新大阪～岡山間に限る)、特急列車の普通車自由席、快速・普通列車の自由席及び京都丹後鉄道
和歌山電鉄、西日本ジェイアールバスが乗り降り自由。関西空港と大阪・京都エリアを結ぶ特急「はるか号」も含まれる。

・当該パスのエリア内に含まれる駅リンクン(レンタサイクル)が利用し放題。

2. Zチャート

Zチャートとは、「月々の実績」、「実績の累計」、「移動年計」の3種を折れ線グラフにまとめて表示したもの。

グラフの特徴

・月々の変動、季節変動等に影響されないで、純粋に売上や業績の変動を見るための経営分析ツールであり、「Z型のグラフ」で表示することで、トレンド(増減傾向)の視覚的理解が容易になる。

【グラフの見方】

- ・Zの形が「右肩上がり」 前期に比べて、今期は「増加」傾向(好調)
- ・Zの形が「並行」 前期から伸びておらず「横ばい」傾向(停滞)
- ・Zの形が「右肩下がり」 前期に比べて、今期は「減少」傾向(低調)

移動年計(一番上段の灰色の線) = 当月を含む過去12ヶ月の各月の値の合計値



3. 新型コロナウイルス感染症の流行による影響等(出典: JNTO、京都市観光協会、JIMC、観光経済新聞)

2020年2月以降の状況等

1. 訪日外客数(2020年3月推計値)が前年同月比93.0%減

・多くの国において海外渡航制限や外出禁止等の措置がとられ、日本においても検疫強化や査証の無効化等の措置がとられたこと等により、20市場全てで訪日外客数が前年同月を大幅に下回る要因となった。

2. 市場別では、中国からの外客が98.5%減で最大

・訪日外客数の多い東アジア市場で97.6%減と減少率が高く、東南アジアの86.3%減、欧米豪の82.7%減を上回っている。

3. 欧米豪からの外客は2月時点では、減少幅は少ない

・欧米豪では、前月比では減少したものの前年同月比では増加しており、2月の段階では欧米豪の現地での新型コロナウイルス感染症拡大の問題が、それほど大きくなかった可能性が考えられる。

4. コロナ終息後も中国人の訪日意欲は旺盛

・中国人最新訪日意識調査(2020年4月3～5日: JIMC調査)によると「新型コロナウイルス肺炎の終息後に行きたい国」として「日本」と答えた人の割合は44%と、2位の「タイ」(12%)を大きく引き離してトップに、「行きたい国No.1」に

・また、訪日旅行については、「中国政府や日本政府が安全宣言を出したら行ってもよい」との回答が58.6%に上り、政府による安全宣言が復活のカギ。

4. 訪日インバウンドの国別特徴（出典：訪日ラボ・観光経済新聞等）

（新型コロナウイルス感染症の流行前における状況）

国名	特徴
訪日台湾人	<p>1. 4月から7月にかけて安定した訪日数を持っている ・訪日台湾人の人数は年間を通して比較的安定。4月には清明節、7月以降は学校の夏季休暇があるため、この期間が特に人気。10月には国慶節（建国記念日）に合わせた連休がある。</p> <p>2. 親日度ランキング1位、多くの台湾人が日本に興味 ・台湾は1895年から1945年まで日本の領土だったこともあり、一部の高齢者は流暢な日本語を話すほか、国の各地に数多くの日本家屋や当時の遺跡が残っている。生活習慣や性格も日本人に似ているため、自然と親近感を持つ人が多くなっている。</p> <p>3. リピーター率約82%、大人気の訪日旅行 ・香港に次ぐ高いリピーター率。台湾からは観光客だけではなく業務目的でも多くの人々が来日するため、このような高いリピーター率が実現。</p> <p>4. 30代を中心に訪日。消費意欲も一定ある。 ・訪日台湾人は一人あたり127,579円を訪日旅行で消費。2018年に訪日した台湾人を年齢・性別ごとに見てみると、男女共に30代が大きな割合を占めている。</p>
訪日香港人	<p>1. ハイシーズンは7月と12月、この2か月で全体の約20%を占める ・7月は香港の学校などが夏季休暇に入るため、家族旅行に来る香港人が多い。12月は、冬でもあまり気温の下がらない香港では日本の冬を体験したい香港人が多く、年越しを日本で過ごし雪や温泉、スキーなどを楽しむ香港人が多く来日。</p> <p>2. 訪日香港人の約94%は個別手配旅行、団体ツアーは少なめ ・訪日香港人の約94%は個別手配旅行で訪日しており、個人旅行者をターゲットにすることが最適。個人旅行者は自由度が高く現地でのコト消費にも興味を持つ場合があるため、可能であれば広東語の話せる従業員を配置するなど、香港人向けのおもてなし整備が今後の目標となり得る。</p> <p>3. 訪日香港人の約86%がリピーター、驚異の高リピーター率 ・訪日香港人のリピーター率は86%と、今回統計した20か国の中で最も高いリピーター率。香港と日本は比較的距離が近く気軽に行けることや、香港人の平均収入は日本の平均収入を僅かに下回る程度であるため、金銭的な負担もなく訪日旅行に来られること、香港における観光庁などのプロモーションが功を成していることなどがこのような高いリピーター率に繋がっている。</p> <p>4. 台湾・タイ等への旅行需要の移行や香港の大規模デモの長期化による訪日観光客の減少（2019.7～8月） ・7月1日の祝日を含む3連休に伴う旅行需要の一部が6月に移ったこと、景況感の悪化や台湾、タイなど安価に楽しめる旅行先が好評であったこと等により、7月のは前年同月比4.4%減。8月は大規模デモの影響により4.0%減と下降。</p>
訪日中国人	<p>1. ハイシーズンは7月と8月。ひと月で90万人近くの訪日客も。中華圏における旧正月「春節」の連休（平均7日間）を利用した中国人観光客も多い。 ・中国では7月と8月が夏休みに当たるため、訪日旅行の人気も高まる傾向。訪日中国人の約20%はこの2か月に集中。</p> <p>2. 消費金額の約半分は買物代、爆買いの勢い未だ収まらず ・訪日中国人の旅行消費金額の約50%は買物代。2018年は一人当たり約112,000円を買物に消費。電製品や化粧品を「爆買い」するほか、爆買いを目的として来日する訪日中国人も存在。</p> <p>3. 半分以上の訪日中国人が初来日 ・2018年の調査では約54%の訪日中国人が初来日。アジア諸国の中では低いリピーター率で、特にリピーター率の高い台湾や香港と比較するとその差は明確。中国国内でのプロモーションを伸ばしたり、旅行会社などと提携することで更に多くの中国人を呼び込める機会が眠っている。</p>

国名	特徴
訪日韓国人	<p>1. 訪日韓国人の観光スタイルは「若者」「短期滞在」「韓国からの行きやすさ」がキーワード。マーケット規模は少し小さい ・日本との地理的近接性から、週末弾丸ツアーのような旅行スタイルを取ることが多く、1人1回あたりの消費額が少ない。1人あたりの旅行消費額は全国籍平均の半分以下の61,569円。これは中国の1/3以下の数値となっており、マーケット規模としては少しマイナス。</p> <p>2. 訪日韓国人のハイシーズンは1月、全体の1割が1月に訪日 ・韓国の大学などは12月から2月まで冬期休暇があるため、この時期に家族旅行や友人同士で日本に来る韓国人が多く、1月は温泉やスキーなどを楽しみ年越しをする韓国人も多い。</p> <p>3. 訪日韓国人の約72%がリピーター、高いリピーター率が特徴 ・ソウルから福岡まで1.5時間、大阪(関空)・東京も2時間程で来られるため、手軽な旅行先として日本が選ばれ高リピート率に繋がっている。</p> <p>4. 3日以内の滞在が多く、長期滞在者は少ない ・週末でも簡単に行き来できるため短期滞在が多く、日韓間は経済交流も盛んなので、多くの韓国人が業務目的で短期滞在し、仕事を終え次第韓国に帰っている現状がある。</p> <p>5. 日韓関係悪化で訪日韓国人観光客大幅減 ・今年7月に日本政府が韓国に対して輸出管理強化の反発として始まった反日不買運動「ボイコットジャパン」により、訪日韓国人観光客が大幅減(8月は前年同期比48.0%の減少)</p>
訪日タイ人	<p>1. 訪日タイ人のハイシーズンは4月、10月、12月 ・訪日タイ人数を月別に見てみると、4月、10月、12月が極端に増えておりその他の月は極端に減っている。</p> <p>2. 伸び悩む個人消費額(一人あたり消費額は減少傾向) ・ハイシーズンとなる4月、10月、12月の時期を狙い、コト消費やアクティビティなどの消費意欲を高める準備が必要。</p> <p>3. 親日度ランキング1位、人気の旅行先ランキングでは4位 ・タイは台湾、フィリピン、ベトナムと並びランキング1位となる親日度。タイ人が国外旅行をする際の人気の旅行先として、日本は東アジア諸国では1位となる第4位にランクイン。タイの平均月収からすると訪日旅行は手の出しにくいものだが、これだけの人気を維持していることは大きな特徴。</p> <p>4. タイ人は訪日旅行のビザが免除 ・平成24年に訪日タイ人観光客向けに「数次ビザ(期間内に何度でも出入国できるビザ)」を提供。翌年にはビザ免除(15日以内)となり、親日ということもあり年々訪日観光客は増え続けている。</p>
訪日シンガポール人	<p>1. 訪日シンガポール人の約75%がリピーター ・香港と台湾に次ぐ第3位となるリピーター率の高さ。東南アジアの経済の中心であるシンガポールは平均月収が高く、訪日旅行にあたっての金銭的負担を乗り越える必要が無いことも高リピート率の要因の一つ。</p> <p>2. ハイシーズンは12月、日本の冬を楽しむ ・シンガポールは赤道付近に位置する国のため冬が無く、日本の雪や温泉などの冬を体験しに来るシンガポール人が多く存在。12月に集中したシンガポール人向けのインバウンド対策が効果的。</p> <p>3. シンガポール人の7人に1人は訪日経験があり、消費意欲も高い ・シンガポールは親日度ランキング第7位ともなっており、日本に対する好意的な感情を持っているシンガポール人が多く存在。訪日シンガポール人1人当たり旅行支出で見ると、全国籍平均155,896円に対し4.69%高い163,210円となっており、訪日旅行における消費意欲や消費力は、平均と比較して少々高い傾向。</p> <p>4. シンガポールは6月が学校休暇</p>

国名	特徴
訪日 アメリカ人	<p>1. 訪日アメリカ人は訪日人数・旅行消費ともに多く、魅力的なインバウンドマーケット ・訪日アメリカ人は2016年の訪問数で124万人と5番目となっており、英語圏ではTOPの数値。旅行消費額も152,690円と全国籍平均の129,367円の118%と高い数値。訪日アメリカ人は魅力的なインバウンドマーケット。アメリカに人気の旅行先としてはイギリス、フランス、イタリアの順で日本は第8位。プロモーションなどにより日本がアメリカ人にとってより魅力的な渡航先として映れば、今後ますますの増加が期待できる。</p> <p>2. ハイシーズンは6月、8～9月と1～2月は大幅に減少 ・アメリカの学校機関は6月から夏休みが始まるところが多いため、家族旅行などで日本に来るアメリカ人が6月に集中。</p> <p>3. 訪日アメリカ人の約9割は個別手配で訪日、団体ツアーは少ない ・訪日アメリカ人全体の約9割は個別手配で日本を訪れる。訪日アメリカ人は滞在日数も7～90日間で全体の約67%と長期間滞在する傾向にあるため、個人旅行で柔軟な計画を立てて日本を見て回ることを好む人が多い。インバウンド対策としては、個人旅行に組み込みやすいコト体験やアクティビティを提供できるかどうか勝負となる。</p> <p>4. 宿泊と飲食にお金をかけるアメリカ人 ・訪日アメリカ人は滞在期間を長く設定する傾向にあるため、訪日旅行中に最も支出した費目は宿泊費で約8万円、に多かった支出は飲食費で約5万円。ホテル業界や飲食業界はアメリカ人をターゲットにしたインバウンド施策をすることで、より多くのアメリカ人に消費をしてもらえる可能性がある。具体的には、英語で接客のできる環境を整える、SNSや各種メディア等でアメリカ人に向けプロモーションを行うなど。</p> <p>5. 2019.9月はラグビーワールドカップ開催追い風に欧米豪が好調 ・9月の訪日アメリカ人の伸び率は前年同月比21.4%増。伸び率トップはイギリスの84.4%増。ロシア、フランスも30%台の伸びと高い数値を示した。</p>
訪日 フランス人	<p>1. 訪日旅行における消費意欲や消費力は、平均と比較してかなり高い ・訪日フランス人1人当たり旅行支出で見ると、全国籍平均155,896円に対し21.24%高い1189,006円。</p> <p>2. ヨーロッパ第2位のインバウンド消費額 ・ヨーロッパではイギリスに次ぐ第2位の消費額で、多くのフランス人が日本で消費をしているということだけでなく、安定した高水準の平均月収があるため訪日旅行に余裕を持って支出ができることも示している。フランス人は特に宿泊費に多く支出をしており、全体の約47%を占める。</p> <p>3. ハイシーズンは4月、7月、10月 ・3か月ごとにハイシーズンを迎える珍しい形。毎年この3か月に訪日フランス人数は大きく増加するため、ピンポイントでインバウンド対策を行うことで効果的な集客に繋がる。</p> <p>4. 観光目的では長期滞在する訪日フランス人が多数 ・観光目的で訪日するフランス人の約95%は、7～90日間日本に滞在。フランスと日本は時差にして7時間離れているため、たまの訪日旅行を満喫するために滞在期間を長く取るフランス人が多数存在。一方、業務目的で訪日するフランス人の場合は4～6日間の滞在が約50%を占めており、観光目的での訪日と対比的に短い。長期滞在する訪日フランス人向けに様々なサービスやアクティビティを提供することが効果的。</p>
訪日 カナダ人	<p>1. 欧米圏第4位の訪日数(1位:アメリカ(124万人)、2位:豪州(45万人)、3位:英国(29万人)、4位:カナダ(27万人)、5位:フランス(25万人) ・訪日カナダ人は2016年の訪問数で27万人と12番目となっており、英語圏では4番目の数値。欧米圏の中では比較的日本に距離が近いことが高い訪日客数の要因のひとつ。特に、カナダ人が慣れ親しむウィンタースポーツにおいては、北海道の雪質が非常に良いことから、スキー・スノボ目的での訪日旅行が多い。</p> <p>2. ハイシーズンは3月～5月と10月 ・多くの訪日カナダ人がこの時期に集中(2018年度訪日カナダ人全体の約31%)</p> <p>3. 訪日カナダ人の約33%は20代、若者向けインバウンド対策が重要 ・2018年の訪日カナダ人は、全体のうち約33%が20代。大学の長期休暇で時間のある学生や、社会人でも長期休暇を取って訪日旅行をするカナダ人が多い。インバウンド対策を行う場合は20代などの若年層にアピールできるような商品やサービスを中心に行うと良い。インターネットでアクティビティを予約できるサービス(海外OTA)に自社の提供するアクティビティを登録することで集客を行うなどの手法も効果的。</p> <p>4. 宿泊と飲食にお金をかけるカナダ人 ・カナダ人は滞在期間を長く設定する傾向にあるため宿泊・飲食費の支出が高くなっている。2018年、訪日カナダ人が訪日旅行中に最も支出した費目は宿泊費で約7万円。次に多かった支出は飲食費で約5万円。ホテル業界や飲食業界はカナダ人をターゲットにしたインバウンド施策をすることで、より多くのカナダ人に消費をしてもらえる可能性がある。具体的には、英語やフランス語で接客のできる環境を整える、SNSや各種メディア等でカナダ人に向けたプロモーションを行うなどの方策が考えられる。全体の傾向としてはアメリカ人と似たものがあるため、カナダ人向けのインバウンド対策とアメリカ人向けのインバウンド対策は同時に行うと良い。</p>

国名	特徴
訪日 イギリス人	<p>1. 「中高年の高所得者層」「長期滞在」「伝統文化・日本食に高い関心」「桜・紅葉観光」 ・中高年の高所得者層が多く、長期滞在型(およそ13日程度)の旅行形態が多いため、旅行中消費額も高い傾向にある。日本の伝統的文化への関心が高く、人気のルートは東京、京都、奈良など。桜、紅葉の時期の観光客数が増加することも特徴。さらに、最近は日本食への関心も高まりつつある。</p> <p>2. ハイシーズンは3月、4月と10月</p> <p>3. 訪日イギリス人の約45%がリピーター ・ロンドン・東京間は約11時間半かかり、9時間の時差があるにも拘らずこれだけ多くのイギリス人が日本に2回以上来ているという事実は、留意しておくべき点。中には業務目的で日本とイギリスの往復を繰り返す人もますが、日本が好きで何度も日本に来ているイギリス人向けに、既存の定番観光ルートに囚われないような商品やサービスを提供できれば効果的なインバウンド対策となり得る。</p> <p>4. 宿泊費が総支出額の約46%を占めている ・2018年、訪日イギリス人が訪日旅行中に最も支出した費目は宿泊費で約10万円。次に多かった支出は飲食費で約6万円。イギリス人は滞在期間を長く設定する傾向にあるためこのような結果となったが、ホテル業界や飲食業界はイギリス人をターゲットにしたインバウンド施策をすることで、より多くのイギリス人に消費をしてもらえる可能性がある。具体的には、英語で接客のできる環境を整える、SNSや各種メディア等でイギリス人に向けたプロモーションを行うなどの方策が考えられる。特に英語環境の整備は、イギリス人だけではなくアメリカ人やオーストラリア人など他の英語圏からの訪日客にも対応できるため、優先して行うべき事項。</p>
訪日 オーストラリア人	<p>1. 訪日旅行における消費意欲や消費力は、平均と比較して非常に高い傾向 ・訪日オーストラリア人1人当たり旅行支出で見ると、全国籍平均155,896円に対し58.35%高い246,866円</p> <p>2. 宿泊と飲食にお金をかけるオーストラリア人 ・2018年、訪日オーストラリア人が訪日旅行中に最も支出した費目は宿泊費で、約10万円。次に多かった支出は飲食費で約6万円。オーストラリア人は観光目的の場合、滞在期間を長く設定する傾向にあるためこのような結果となったが、ホテル業界や飲食業界はオーストラリア人をターゲットにしたインバウンド施策をすることで、より多くのオーストラリア人に消費をしてもらえる可能性がある。具体的には、英語で接客のできる環境を整える、SNSや各種メディア等でオーストラリア人に向けたプロモーションを行うなどの方策が考えられる。英語対応を実現することでアメリカやイギリスなど他の英語圏からの訪日客にも対応ができるようになるため、英語対応環境の整備は優先して行うべき事項。</p> <p>3. ハイシーズンは1月と12月 ・オーストラリアは南半球にあるため季節が逆転しており、1月や12月は真夏に相当する。そのため多くのオーストラリア人が年越しなどを兼ねて日本に温泉やスキーなどの冬を楽しみに来ており、この時期に合わせてピンポイントにインバウンド対策を行うことで効果的な集客が見込める。</p> <p>4. 観光目的では長期滞在する訪日オーストラリア人が多数 ・観光目的で訪日するオーストラリア人の約91%は、7～90日間日本に滞在しています。オーストラリアと日本はシドニーと東京の場合約9時間半の飛行時間が必要なほど離れているため、たまの訪日旅行を満喫するために滞在期間を長く取るオーストラリア人が多数存在。長期滞在する訪日オーストラリア人向けに様々なサービスやアクティビティを提供できる市場が存在しているとも言えるため、インバウンド対策の際には意識してみると良い。</p>



【丹鉄有人駅】 福知山駅、大江駅、西舞鶴駅、丹後由良駅、栗田駅、
宮津駅、天橋立駅、与謝野駅、京丹後大宮駅、峰山駅
網野駅、夕日ヶ浦木津温泉駅、小天橋駅、久美浜駅