



平成31年度

地域別海外誘客プロモーション計画

新規開拓市場 (欧州・北米・豪・露)

目次

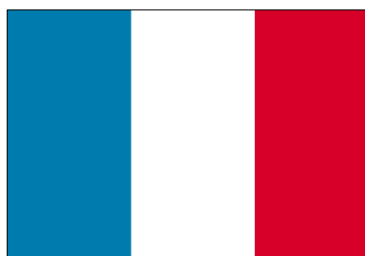
- 各市場基礎データ (P2-4)
- 平成30年(年度)訪沖観光客数 (P5)
- 新規開拓市場における誘致の必要性 (P6)
- 各市場の特徴と沖縄が持つ可能性 (P7)
- 平成31年度欧州・北米・豪・露市場別誘致目標数 (P8)
- 新規開拓市場における誘客戦略および施策展開 (P9)
- 新規開拓市場プロモーション方向性 (P10)
- 各市場別プロモーション計画 (P11-13)
- 各市場休暇時期 (P14)

欧州市場の基礎データ



イギリス

首都：ロンドン
人口：6,647万人
公用語：英語
一人当たりGDP：42,261US\$
出国数：7,277万人(2017年暦年)
訪日旅行者数：33.3万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：11,100人(2018年暦年)



フランス

首都：パリ
人口：6,468万人
公用語：フランス語
一人当たりGDP：39,869US\$
出国数：2,648万人(2016年暦年)
訪日旅行者数：30.4万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：3,700人(2018年暦年)



ドイツ

首都：ベルリン
人口：8,279万人
公用語：ドイツ語
一人当たりGDP：48,670US\$
出国数：9,240万人(2017年暦年)
訪日旅行者数：22万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：3,600人(2018年暦年)



イタリア

首都：ローマ
人口：6,059万人
公用語：イタリア語
一人当たりGDP：31,984US\$
出国数：3,085万人(2016年暦年)
訪日旅行者数：15.06万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：882人(2017年暦年)

出典：日本政府観光局(JNTO)
日本貿易振興機構(JETRO)
沖縄県観光政策課
出入国管理統計

北米市場の基礎データ



アメリカ

首都：ワシントンDC
人口：3億2,812万人
公用語：英語
一人当たりGDP：62,518US\$
出国数：8,770万人(2017年暦年)
訪日旅行者数：153万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：35,900人(2018年暦年)



カナダ

首都：オタワ
人口：3,710万人
公用語：英語・フランス語
一人当たりGDP：46,733US\$
出国数：3,306万人(2017年暦年)
訪日旅行者数：33万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：12,900人(2018年暦年)



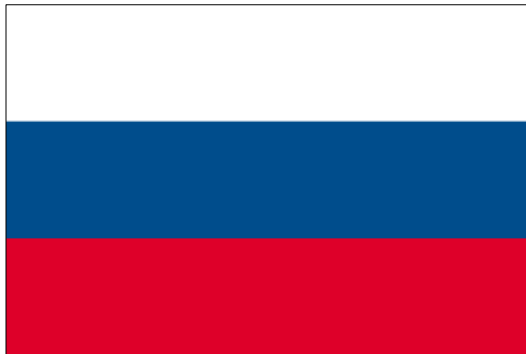
出典：日本政府観光局(JNTO)
日本貿易振興機構(JETRO)
沖縄県観光政策課

オーストラリア・ロシア市場の基礎データ



オーストラリア

首都：キャンベラ
人口：2,518万人
公用語：英語
一人当たりGDP：56,898US\$
出国数：1,093万人（2017年暦年）
訪日旅行者数：55万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：12,300人(2018年暦年)



ロシア

首都：モスクワ
人口：1億4,399万人
公用語：ロシア語
一人当たりGDP：10,950US\$
出国数：3,963万人（2017年暦年）
訪日旅行者数：9.4万人(2018年暫定)
訪沖旅行者数：200人（2018年暦年）



出典：日本政府観光局(JNTO)
日本貿易振興機構(JETRO)
沖縄県観光政策課

平成30年度来沖観光客数

国籍	空海路合計	構成比
台湾	917,700	30.58%
韓国	553,800	18.46%
中国本土	694,800	23.15%
香港	233,700	7.79%
タイ	30,200	1.01%
シンガポール	22,300	0.74%
東南アジアその他	40,600	1.35%
アメリカ	38,000	1.27%
カナダ	13,300	0.44%
イギリス	10,600	0.35%
フランス	3,600	0.12%
ドイツ	6,100	0.20%
ロシア	400	0.01%
オーストラリア	11,700	0.39%
インド	1,500	0.05%
その他	422,500	14.08%
外国人観光客数合計	3,000,800	100.00%

誘客ターゲット
欧米豪露：8.37万人（2.79%）
※イタリア除く



出典：平成30年度沖縄県入域観光客数統計概況

新規需要獲得の必要性

・新規開拓市場と位置付けている欧米豪露等のリゾート需要と、海外富裕層をターゲットとして位置づけ、市場分析と受入体制の整備を進めつつ、誘客に取り組んでいく。

1

旅行市場が成熟しているため、
長期滞在が期待できる

2

一人当たりの旅行消費額の向上と
観光収入の増が期待できる

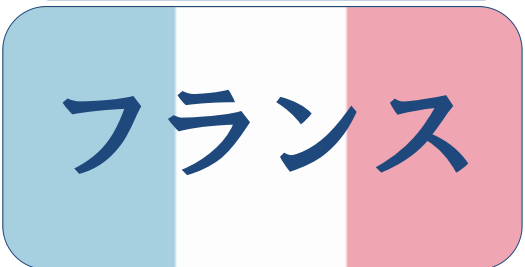
3

2020年の東京オリンピック・パラリンピック
開催に伴い、訪日外国人の増加が見込まれる

各市場の特徴と沖縄が持つ可能性①



- ・中高年の高所得者層が多い
- ・長期滞在型、かける旅行費用も高い



- ・ビーチや自然に加え、文化体験にも関心が高い
- ・親日で、リピーター訪日が多く地方に目が向きやすい
- ・大規模リゾートホテルよりも小規模なホテルを好む



- ・長期滞在型で自然体験を好む
- ・まだ知られていない穴場・リゾートを求める傾向

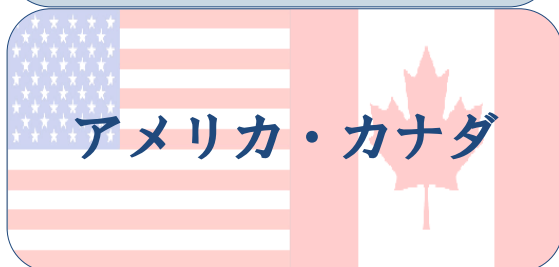


- ・旅行の最後にビーチリゾートでの滞在を選択する国民性
- ・ハネムーンやカップルでの訪日が多い
- ・質の高いサービスを求める傾向

各市場の特徴と沖縄が持つ可能性②



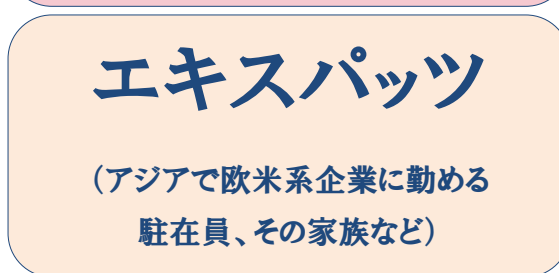
- ・休みが取りやすく、滞在期間が長め
- ・伝統・文化に興味があり、その土地ならではの体験を求める



- ・ビーチ・リゾート・クルーズを求める
- ・文化の歴史・伝統文化体験に対するニーズが強い



- ・平均滞在日が約2週間程度と長い
- ・ビーチフロント・オールインクルーシブのホテルを好む



- ・上海、香港在住エキスパッツは、休暇でタイ、バリなどに行く傾向がある
- ・既存の直行便を活用できるため、気軽に訪沖できる

平成31年度 新規開拓市場入域観光客誘致目標数

平成30年度
新規開拓市場
〈英・仏・独・米・加・豪・露〉
入域観光客数 実績
83,700人



平成31年度
新規開拓市場
〈英・仏・独・米・加・豪・露〉
入域観光客 誘致目標数
92,300人

※OCVB目標値

新規開拓市場における誘客戦略及び施策展開

沖縄観光ブランド戦略とプロモーション戦略

- ・ 「Be.Okinawa」をキーコピーにし、
グローバル観光ブランドイメージを市場に発信・浸透
- ・ 市場の特性を踏まえたターゲットエリア毎のプロモーション戦略

観光業界及び一般消費者に対する認知度向上

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・ 旅行博覧会への出展・ セミナーの開催・ 訪日旅行商品販売旅行社訪問 | <ul style="list-style-type: none">・ 海外旅行会社等のキーパーソン招聘・ 海外メディア招聘・ オンライン活用プロモーション |
|---|--|

新規開拓市場プロモーション方向性

増加する訪日観光客をターゲットにする

- ・ オンラインを活用し、訪日旅行に関心を示す F I T 及びリピーターにアプローチする
 - ・ 訪日旅行を販売するスペシャリストと連携し訪沖旅行商品を造成する
- また、訪沖オプションツアー販売を促す

FIT20-60代、カップル層、家族層、シニア層 など

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・ 国内線利用を促進するオンラインプロモーションを航空会社及びOTAと実施する・ デジタルマーケティングの強化を図り、オンライン口コミサイト活用広告、SNS等を活用する | <ul style="list-style-type: none">・ 訪日旅行を販売するツアーオペレーター、リテラーへの沖縄旅行商品造成にかかる情報提供及び最新観光情報の配信・ セールス活動支援、航空会社・旅行社等タイアッププロモーション、セミナー、旅行博出展など |
|---|--|

1. 新規開拓市場から訪日観光客の傾向

平均泊数 全日数: 12.1泊~21.3泊 (ドイツ) (ロシア)	FIT率: 90%	1人当たり 旅行支出: 194,150円	来訪目的 ①観光レジャー ②商談等・ビジネス ③親族・知人訪問	旅行情報取得元: 日本または自国在 住の親族・知人、イ ンターネット、ガイド ブック等	性別: 男性 65% 女性 35%	訪日回数 1回: 50% 2-5回: 30% 6回以上: 20%
---	--------------	----------------------------	--	---	-------------------------	---

<観光庁「訪日外国人の消費動向」平成27年年次報告より>

2. 現状 ・ トピック

訪日旅行ブームによる 需要増加(プラス要因)	FITが9割以上を占める。旅行会 社を通さず、インターネットで旅 行手配をする傾向が高い	訪日観光客の増加と国内都 市⇄沖縄間の航空路線が充 実から、トランジット客の増加 が見込める	長期滞在傾向が高いため、 消費単価が高い	初訪日客にはまだ ゴールデンルートが 主流	訪日旅行リピーターの 増加
---------------------------	--	---	-------------------------	-----------------------------	------------------

3. 課題

“沖縄”の知名度が低く、 旅行候補先に挙がらない	沖縄旅行商品 造成の充実化 手配時の情報 不足により提 案できない	・欧米圏向けの体験 型ランド商品の充実 化 ・欧米圏向け県内ラ ンドオペレーターの 不足	トランジットによる沖縄 入域客数が不明。実態 把握が困難。	・県内公共交通機関 の利便性が良くない ・外国語による案内 や対応が不十分 (ハード&ソフト)	・台風のイメージ ・国内線価格	・欧米人向けの 宿泊施設不足 (小規模スタイ リッシュ、ビーチ フロント) ・ホテル価格
-----------------------------	---	---	-------------------------------------	---	------------------------	---

4. セールスPR素材

マリン/アドベンチャー関連 ・手つかずのビーチ ・シュノーケリング ・ダイビング ・ネイチャーアクティビティ	文化(体験) ・空手 ・陶芸 ・染織物 ・料理体験	歴史 ・世界遺産 ・戦跡 ・県立博物館	食 ・長寿食 ・琉球料理、泡盛 ・沖縄郷土料理 ・さしみ、すし	自然・景観 ・慶良間諸島(国立公園) ・竹富島 ・西表島(国立公園) ・やんばる	祭り ・エイサー ・大綱引き ・豊年祭 ・その他地域住民との交流
--	---------------------------------------	------------------------------	---	--	--

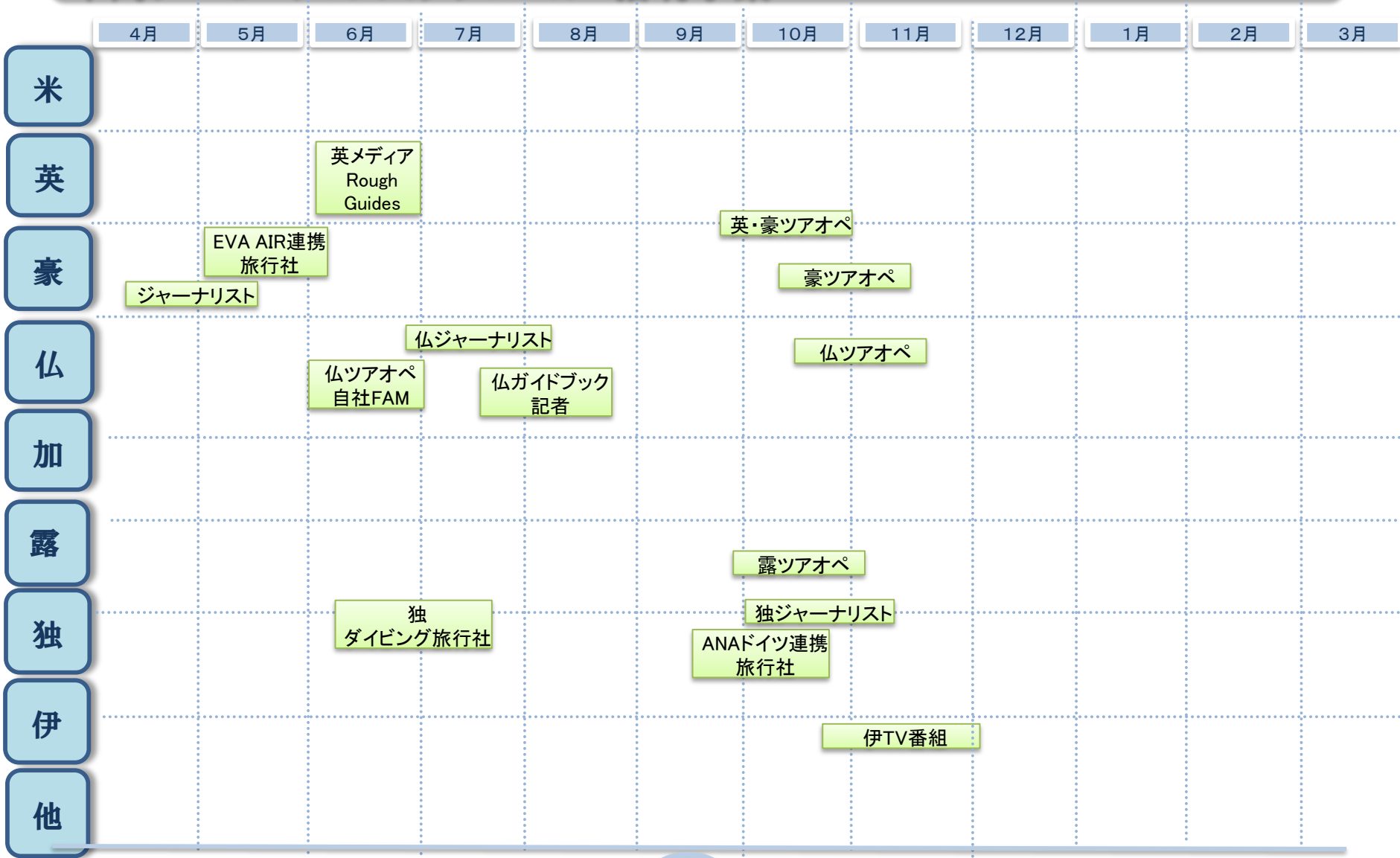
5. プロモーションの方向性

【メディア向け】 ①メディア招聘(旅行雑誌、新聞、TV番組等) ②メディアを活用した記事投稿及び広告出稿 ③デジタルマーケティング(OTA等活用)	【旅行博及び旅行社向け】 ①BtoB/BtoC旅行博覧会出展(JNTO共同出展含) ②旅行社向けセミナーの実施及び旅行社訪問活動 ③旅行社招聘の実施 ④旅行社向け支援事業及び共同広告	【経由便活用プロモーション】 ①航空会社タイアップキャンペーン ②他都道府県との連携
--	---	--

平成31年度新規開拓市場〈欧州・北米・豪・露〉 年間プロモーションスケジュール 海外旅行博覧会

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
米	イースター休暇		夏休み(6~8月)					サンクスギビング (11月下旬)				イースター休暇
英	イースター休暇			夏休み (7月下旬~8月)				WTM ロンドン 11/4-6 (B to B)	冬休み (12月下旬~1月)	Destinations ロンドン 1/30-2/2 (単独出展)		
豪	イースター休暇		冬休み (6月~7月)			春休み 9月~10月		Japan Roadshow 12月 (B to B)	夏休み 12月~2月	TRAVEL EXPO SYD&BNE&MEL (B to C) 2月		
仏	イースター休暇			夏休み			IFTM Paris 10/1-4 (B to B)	秋休み 11月下旬-1月初	ダイビング博 1/10-13 (B to B/C)			パリSMT 3/12-15 (B to C)
加	イースター休暇		夏休み(6月末~9月初旬)				サンクスギビング (10月中旬)		冬休み (12月下旬~)		3月中旬マーチブレイク	バンクーバー OATS 2/29-3/1 (B to C)
露	春休み 3月下旬から4月	サンクトペテルブルグ文化・観光フェア 5/18 (B to C)		夏休み					冬休み (12月下旬から1月)		Luxury Travel Mart (B to B) 3月	
独	イースター休暇			夏休み(州によって異なるが 6月下旬から9月上旬)			秋休み (10月下旬)		冬休み (12月下旬から1月)	F. re. eミュンヘン(B to C) 2/19-23	ITBベルリン 3/4-8 (B to B/C)	
伊	イースター休暇			夏休み			TTGリミニ 10/9-11 (B to B)	JNTO商談会 11月 (B to B)	冬休み (12月下旬-1月初め)			
他						VJ Travel Mart in大阪 10/24-26 (B to B)						

平成31年度新規開拓市場〈欧州・北米・豪・露〉 年間プロモーションスケジュール 招聘事業



平成31年度新規開拓市場〈欧州・北米・豪・露〉 年間プロモーションスケジュール 市場別プロモーション(メディア、タイアップ)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
米												
英				RUGBY WORLD 広告出稿								
豪												
仏							ダイビング広告出稿					
加												
露												
独		Traveller広告出稿					Unterwasser広告出稿					
伊												
他												

欧州・北米・豪・露 市場別旅行シーズン

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
米	イースター休暇		夏休み(6~8月)					サンクスギビング(11月下旬)	冬休み (州によって異なるが 12月下旬~2月中旬)			
英	イースター休暇			夏休み (7月下旬~8月)					冬休み (12月下旬 から1月)			
豪	イースター休暇		冬休み (6月~7月)			春休み (9月~10月)			夏休み (12月~2月)			
仏	イースター休暇			夏休み			秋休み (10月下旬 -11月初め)		冬休み (12月下旬 から1月)			
加	イースター休暇		夏休み(6月末から9月上旬)				サンクスギビング (10月中旬)		冬休み (12月下旬~)		マーチブレイク (3月中旬~下旬)	
露	春休み 3月下旬 から4月		夏休み						冬休み (12月下旬 から1月)		春休み 3月下旬 から4月	
独	イースター休暇		夏休み(州によって異なるが 6月下旬~9月上旬)				秋休み (10月 下旬)		冬休み (12月下旬 から1月)			
伊	イースター休暇		夏休み						冬休み (12月下旬 から1月)			
他												