

インバウンド市場 最新情報 Vol.2

訪日客2,000万人時代に向けて、より新しい視座を！

2016年1月19日発表の日本政府観光局(JNTO)の報道資料によると、2015年の訪日外客数は、1,973万7千人(前年比 47.1%増)となり、JNTOが統計を取り始めた1964年以来最大規模の伸長率を記録し、政府目標の「2020年に2,000万人」にほぼ到達しました。

国別外客数で見ると、2014年に比べ2倍強の伸長率で499万人となった中国が牽引し、次いで45%増の韓国の400万人、30%増の台湾の367万人がこれに続く結果となりました。また、米国も16%増の103万人を記録し、初めて100万人の大台に乗りました。

日本経済への影響では、観光庁の発表による訪日外国人の旅行消費額も、過去最高の3兆4,771億円(7割増)と膨らんでいます。

主な成長要因は、前回のレポートでご紹介した通りですが、これに加え、国内流通企業や旅行会社等のインバウンド需要への対応力強化、インバウンダーの行動履歴分析によるタッチポイントの選出、「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」の各フェーズにおける適正な接触メディア等を駆使した販促プロモーションの積極施策などが、旺盛な買い物需要を刺激し、市場拡大に寄与しています。

一方、大都市にみられる宿泊施設不足は深刻で、政府主導の観光立国としての受け入れ体制の整備は早急に解決すべき課題となっています。さらに消費の牽引役である中国の経済成長の鈍化など、今後の経済指標の動向にも目を向ける必要があります。

朝日広告社は、インバウンダー市場の多様化の動きを早くから捉え、常に『新しい視座』を持って『知見』を蓄積してまいりました。海外提携パートナーも含む、各方面から収集・蓄積した最新情報とアイデアで、インバウンド市場に取り組む企業の多様なご要望にお応えし、プロモーション活動の立案・実施のサポートを行っています。

<朝日広告社のインバウンド・プロモーション・サポート概要>

■インバウンダー独自の行動分析：

「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」の各フェーズにおける、訪日に関する情報獲得活動の把握

■コンタクト・メディアの選定：

『行動導線』を基点とした、各フェーズでの適正なメディア・アプローチ手法の開発

■『目的消費』および『目的外消費』を踏まえた販促アイデア開発

■次の新しい変化に対応する攻略情報の提供

・インバウンダーの旅行目的の変化：『商品体験』中心から『モノ・コト・文化を含む経験消費』、『体験型旅行』への変化の兆しを注視

・旅行形態の変化：中国外客を中心とした個人旅行への進化

■効果的なO2O(Online To Offline) アイディアの開発・提案など

※『訪日外国人観光客向け行動導線とコンタクト・メディア モデルフロー』は前回のレポートをご参照ください。