

PATA 年末セミナー・懇親会報告

昨年 12 月 22 日（月）、ニューオータニガーデンコート内の紀尾井フォーラムにおいて、『PATA 日本支部年末セミナー』が開催され、46 名の方に御参加頂きました。講師には、独立行政法人国際観光振興機構理事の山崎 道德氏をお迎えし、『アジア訪日市場の動向』というタイトルにて中国市場を中心としたアジアマーケットの動向に関する御講演を頂きました。また、トリップアドバイザー(株)の原田日本代表より、『トリップアドバイザーからみた日本のインバウンド 2014』というタイトルにて、プレゼンテーションも行われました。セミナー終了後には、忘年会を兼ねた懇親会をニューオータニガーデンコート内のレストラン、ガンシップにて開催いたしました。今回、御講演頂きました JNTO 山崎理事の講演資料は、PATA 日本支部サイトにてご覧になれます。 <http://www.patajapan.com/>



意見交換昼食会報告・次回昼食会のお知らせ

昨年 11 月 20 日（木）、ホテルメトロポリタン丸の内にあるレストラン「Dining & Bar TENQOO」において、第 6 回 PATA 日本支部「昼食意見交換会」が開催され 24 名の会員に御参加頂きました。冒頭の足立会長による開会挨拶に続き、新会員である日本ホテル株式会社の小林取締役企画部長からのご挨拶を頂いた他、同じく新会員のスクエア株式会社の水野代表から革新的な決済サービスである Square の説明資料及び「Square リーダー」を参加者に配布して頂きました。新しい業態の新会員であるスクエア株式会社の入会は、今後 PATA 日本支部会員の新たな幅が広がりを示すもので、喜ばしいことだと思っております。



「PATA 日本支部意見交換昼食会」は、2カ月に一度のペースで今後も引き続き継続していく予定で、次回は2月16日（月）にリーガロイヤルホテル東京のダイニング フェリオにて開催されます。詳細は、<http://www.patajapan.com/event.html>

アドベンチャー・トラベルマート 2015 報告

PATA本部では、例年、自然豊かなアドベンチャーツアーや、歴史探訪ツアーなどに関する商談会「アドベンチャー・トラベル&マート」をブータンにて開催しておりますが、本年も2月4日（水）から6日（金）まで、2015年にVISIT YEARを迎えるブータンの首都ティンブーにて開催されました。PATA本部より日本人バイヤーの派遣要請を受け募集を行った結果、（株）ワールド航空サービス、エーパックスインターナショナル（株）、（株）ビッグアップルコーポレーションにホステッドバイヤーとしてご参加頂きました。また、バイヤー募集につき、（一社）日本旅行業協会様に御協力を頂きましたことを感謝申し上げます。



今後の主なPATA本部イベント

- PATAサミット 2015（年次総会、世界支部会議、理事会同時開催）
日程：2015年4月23日（木）～ 26日（日）
場所：中国／四川省 楽山
詳細：<http://www.pata.org/portfolio/pata-annual-summit-2015/>
- PATAトラベルマート 2015
日程：2015年9月6日（日）～ 8日（火）
場所：インド・バンガロール
詳細：<http://www.pata.org/portfolio/pata-travel-mart-2015/>

新会員の紹介

この度、新たに以下の2社がPATA日本支部に入会頂きました。



(株)びゅうトラベルサービス 2014年10月30日入会)

〒130-0013 墨田区錦糸3-2-1 アルカイースト10F

代表者: 代表取締役社長 内山 尚志

PATA 担当者: 訪日旅行部マネージャー 戸田 かなえ

TEL: 03-5610-3200 FAX: 03-5610-4711

URL: <http://www.v-travels.co.jp>

株式会社びゅうトラベルサービスは、JR東日本グループの旅行会社として、JR東日本のシニア向け会員組織「大人の休日倶楽部」会員の皆様への旅行をはじめ、訪日旅行、海外旅行、国内旅行とそれに関わるさまざまなサービスを中心に事業展開を展開しています。



(株)ジャパトラ (2015年1月13日入会)

〒171-0022 東京都豊島区南池袋2-30-12 BITビル9階

代表者/PATA 担当者: 代表取締役社長 柏倉 幸彦

Tel: 03-6907-1160 Fax: 03-6907-1165 URL: <http://japatra.co.jp>

事業概要

- 国内旅行、海外旅行、教育旅行の企画・立案・運営
- 訪日旅行(インバウンド)の企画・立案・運営
(*中国国民訪日観光旅行観光庁指定旅行者)
- 国際会議、学会、大会などの企画・立案・運営
- 各種イベント、コンベンションなどの企画・立案・運営
- スポーツ、文化事業の企画・立案・運営

トラベルトレンド・ニュース

(情報提供: 米谷寛美顧問)

1) アジア太平洋地域の都市評価、東京が「観光」「食文化」など10項目でトップに (ウェーバー・シャンドウィック社 調査報告)

約80カ国で広告・マーケティング事業を行うウェーバー・シャンドウィックは、東京を含むアジア太平洋8都市を対象に「魅力ある都市のソフト・パワーとは～アジア太平洋地域の都市の

評価・評判」と題する調査結果を発表した。それによると、東京は「観光」で54%、「ソーシャルメディアとデジタルテクノロジー」で53%、「食文化」で49%と、肯定的な評価が過半数となり1位となった。さらに東京は、「小売店と周辺地域」「政治的意思決定」「美術・文学」「ニュース・メディア」「見習いたい都市」「学術研究・高等教育」「生活水準」でも8都市の中で最高評価を獲得。また、東京在住者は他国からの評価よりも平均で18%高く自己評価を行っている結果となった。この調査は、行政や観光事業をはじめ「都市のブランド」にかかわるビジネスに影響を与える要素を分析することで、その結果を国際的なビジネスモデル策定や戦略検討に用いることを目的に実施されたもの。都市のブランド形成や事業推進に影響を与える16項目を「ソフト・パワー要素」と定義し、東京、バンコク、香港、クアラルンプール、ソウル、上海、シンガポール、シドニーの8都市に住む男女を対象に、自国と他国について「高評価をするかどうか」を問う方式で調査した。東京以外の都市の結果をみると、シンガポールは「サステナビリティと環境」と「生活水準」、香港は「金融機能」。シドニーは「スポーツ/レジャー施設」、「現代建築とデザイン」、「ジェンダーに関する寛容性」の点でトップとなった。また、自己評価と他国からの評価の違いについては、いずれの都市の住民も5~26%高く評価する傾向が判明。東京は（平均差異：18%）、シドニー（26%）に次いで高い自己評価を行っており、最も差が少ない都市はソウル（5%）だった。

ウェーバー・シャンドウィック社では、東京がソフト・パワーに関して好評価を得た要因として、「効率性」「サービスの質」「しきたりやストイックさといった歴史に深く根差した規範」という無形の3因子があり、それらが東京の強みの背景にあると分析。また、「観光地としての魅力がある（54%）」と認識されていると同時に、他の都市から「見習いたいと思う（40%）」と評価されていることから、魅力を構成する要素が単体ではなく一体化となっていることが寄与したと分析としている。この調査は、ウェーバー・シャンドウィック社と同グループ企業であるKRCリサーチの共同により、8都市（東京、タイ・バンコク、香港、マレーシア・クアラルンプール、韓国・ソウル、中国・上海、シンガポール、オーストラリア・シドニー）の18歳以上の男女4147人を対象に、オンライン上で行われたもの。調査期間は2014年7月~8月。（トラベルボイスより抜粋）

2) 訪日外国人の消費総額 2014年、43%増で過去最高の2兆円、一人当たり支出の首位はベトナム 23万7814円

（以下、観光庁報道資料より）



観光庁は、訪日外国人消費動向調査で2014年1月~12月の年間値速報を発表した。（2015年1月発表）それによると、2014年1年間での訪日外国人の消費総額が前年比43.3%増の2兆305億円（推計）。一人当たりの旅行消費額では、前年の13万6693円から10.7%増となる15万1374円（推計）となり、どちらも過去最高額という結果となった。

国籍・地域別では、旅行消費総額で中国が対前年2倍を超える102.4%となる約5600億円に。全体に占める構成比は27.5%と、4分の1以上を占める結果となった。また、タイが約7割増、台湾・マレーシアが約4割増など大幅な増加をみせた。一人当たりの旅行支出額でトップとなったのは、ベトナムの23万7814円。ベトナムは、インドネシア、フィリピンとともに2014年調査から対象に追加された。続いて、中国が23万1753円、オーストラリアが22万7927円と続いた。また、費目別に旅行消費額をみると、2014年は「買い物代」が7142億円(構成比35.2%)で首位となった。続いて、「宿泊費」は6093億円(構成比30%)、「飲食代」が4307億円(構成比21.2%)と続いた。なお、昨年は、買い物代が構成比32.7%で2位、1位は宿泊費(構成比33.6%)だった。

【図表1 国籍・地域別 訪日外国人1人当たり旅行支出と旅行消費額】

国籍・地域	1人当たり旅行支出額(円/人)		訪日外国人旅行者数(人)	旅行消費額(億円)		
	前年比			前年比	前年比	構成比
全国・地域	151,374	10.7%	13,413,600	29.4%	20,305	43.3% 100.0%
韓国	75,852	-5.8%	2,755,300	12.2%	2,090	5.7% 10.3%
台湾	125,248	11.9%	2,829,800	28.0%	3,544	43.2% 17.5%
香港	147,957	4.7%	925,900	24.1%	1,370	29.9% 6.7%
中国	231,753	10.4%	2,409,200	83.3%	5,583	102.4% 27.5%
タイ	150,055	18.2%	657,600	45.0%	987	71.4% 4.9%
シンガポール	155,793	-5.1%	227,900	20.4%	355	14.2% 1.7%
マレーシア	145,466	0.5%	249,500	41.3%	363	42.0% 1.8%
インドネシア	119,887	-	158,700	-	190	- 0.9%
フィリピン	105,281	-	184,200	-	194	- 1.0%
ベトナム	237,814	-	124,300	-	295	- 1.5%
インド	167,497	15.8%	87,900	17.1%	147	35.5% 0.7%
英国	187,240	9.1%	220,100	14.8%	412	25.2% 2.0%
ドイツ	148,778	-4.8%	140,200	15.1%	209	9.6% 1.0%
フランス	194,687	-4.5%	178,600	15.3%	348	10.1% 1.7%
ロシア	201,591	-4.1%	64,100	5.9%	129	1.5% 0.6%
米国	165,381	-2.9%	891,600	11.6%	1,475	8.3% 7.3%
カナダ	170,598	-9.6%	182,900	19.7%	312	8.2% 1.5%
オーストラリア	227,827	6.9%	302,700	23.8%	690	32.3% 3.4%
その他	195,783	-	823,100	-	1,612	- 7.9%

※訪日外国人旅行者数は、2014年1~10月の値は暫定値、2014年11~12月の値は推計値(日本政府観光局(JNTO)より)。

【図表4 費目別旅行消費額】



3) 外国人が日本で食べた人気 No.1 メニューは「ラーメン」、韓国人旅行者は「とんかつ」
リクルートライフスタイルが各地で提供するクーポン誌「ホットペッパー (HOT PEPPER)」
では、日本への旅行者数が多い6カ国(中国、台湾、香港、韓国、タイ、アメリカ)の600名
を対象に、訪日旅行経験に関する調査を実施した。それによると、日本への観光目的のトップは
79.7%が「日本食を楽しむこと」、2位が「都市で買い物を楽しむ」で62.8%、3位が「自
然や風景を見て回る」62.3%となった。また、実際に食べたメニューでは「ラーメン」の人気
が総合一位となった。

実際に食べたメニューの人気ランキングをみると、総合1位が「ラーメン」(32%)、2位が
「刺身」(21.8%)、3位が「とんかつ」(2.2%)。他にも「カレーライス」(7位、15.8%)、
「たこ焼き」「焼うどん」(同率で11位、15.3%)などが上位にランクし、気取らない日本
の大衆食や「和風ファーストフード」の人气が明らかになっている。国別では、台湾・香港・タ
イ・アメリカで「ラーメン」がトップにランク。なかでも香港では46.0%が「ラーメン」を支
持した結果となっている。他には、中国からの旅行者による人気トップは「刺身」、韓国人旅行
者は「とんかつ」と「お好み焼き」が同率トップとなり、他国とはやや異なる嗜好がみられる結
果となった。人気メニューのランキングは以下のとおり。

	総計	中国	台湾	香港	韓国	タイ	アメリカ
1. ラーメン	32.0%	20.0%	39.0%	46.0%	29.0%	38.0%	20.0%
2. 刺身	21.8%	29.0%	18.0%	27.0%	19.0%	19.0%	19.0%
3. とんかつ (かつ丼やカツカレー含む)	20.2%	13.0%	19.0%	25.0%	31.0%	21.0%	12.0%
4. 巻き寿司・かっぱ巻き	17.3%	23.0%	10.0%	16.0%	25.0%	10.0%	20.0%
5. 天ぷら (天丼含む)	16.0%	11.0%	19.0%	29.0%	16.0%	8.0%	13.0%
5. 焼き魚	16.0%	22.0%	8.0%	13.0%	8.0%	27.0%	18.0%
7. カレーライス	15.8%	19.0%	18.0%	18.0%	18.0%	8.0%	14.0%
7. 焼肉	15.8%	21.0%	12.0%	23.0%	17.0%	14.0%	8.0%
9. お好み焼き	15.5%	15.0%	16.0%	16.0%	31.0%	3.0%	12.0%
9. すき焼き	15.5%	13.0%	15.0%	20.0%	9.0%	27.0%	9.0%
11. たこ焼き	15.3%	20.0%	16.0%	16.0%	21.0%	12.0%	7.0%
11. 焼うどん	15.3%	14.0%	15.0%	5.0%	29.0%	15.0%	14.0%
13. にぎり寿司	15.2%	10.0%	19.0%	29.0%	14.0%	4.0%	15.0%
14. 鱈 (うな重、かば焼き含む)	14.8%	18.0%	13.0%	17.0%	14.0%	17.0%	10.0%
15. そば	14.3%	17.0%	11.0%	11.0%	20.0%	14.0%	13.0%

【赤字は各国のトップを示す】※92項目中上位15項目を記載

4) トリップアドバイザーのアクセス数で読む海外から日本への注目度増加率

1位はフィリピン、クチコミ数はアメリカが最多。



トリップアドバイザーは日本の宿泊ページへのアクセスをもとに、訪日旅行市場に関する調査結果を発表した。これによると、アクセス数の増加率の高い国を「日本への注目が最も高くなった国」としており、1位はフィリピン（85%）、2位にベトナム（68%）と、今年ビザ緩和施策のあったASEAN2か国がランクイン。また、6位のスウェーデン（33%増）、8位のノルウェー（29%）など、日本政府観光局（JNTO）の重要市場に入っていない国からも注目が高まっているようだ。また、都道府県別の検索数では1位が東京、2位が大阪府、3位が京都と順当な順位。このトップテンのうち、宿泊施設のクチコミ評価の平均値の順を見ると、1位は京都府（41.7点）、2位は東京（4.08点）に次いで、3位に長野（4.07点）が入った。

日本への宿泊施設へのクチコミ投稿が多い国は、アメリカ、オーストラリア、イギリス、シンガポール、中国の順。トリップアドバイザーによると、日本の宿泊施設に対するクチコミ評価の平均点は外国人が4.00点だったのに対し、日本人は3.91点で、日本人の評価が外国人よりも厳しいことも明らかになった。評価が高いのはロシア（4.36点）とニュージーランド（4.33点）、低かったのはベルギー（3.91点）、スペイン（4.02点）だった。調査は2012年12月1日～2013年11月30日までと、2013年12月1日～2014年12月1日のデータを比較したもの。自然増の要因を考慮し、データを集計した。

【前年比で日本への注目が最も高くなった国 トップ10】

（順位 / 国名 / 対前年アクセス増加率）

- 1位 フィリピン 85%
- 2位 ベトナム 68%
- 3位 カナダ 66%
- 4位 マレーシア 52%
- 5位 アメリカ 34%
- 6位 スウェーデン 33%
- 7位 シンガポール 31%
- 8位 ノルウェー 29%
- 9位 オーストラリア 27%
- 10位 イギリス 27%

【トリップアドバイザーで外国人旅行者に最も検索された都道府県トップ10と口コミ評価の平均】（順位 / 都道府県 / 口コミ評価平均値）

- 1位 東京都 4.08点
- 2位 大阪府 3.96点
- 3位 京都府 4.17点

- 4位 沖縄県 4.05点
- 5位 神奈川県 3.94点
- 6位 長野県 4.07点
- 7位 福岡県 3.91点
- 8位 千葉県 3.89点
- 9位 北海道 4.01点
- 10位 愛知県 3.83点

【トリップアドバイザー上の日本の宿泊施設へのアクセス数が最も多かった国 トップ10】
(順位 / 国名)

- 1位 アメリカ
- 2位 中国
- 3位 台湾
- 4位 オーストラリア
- 5位 シンガポール
- 6位 イギリス
- 7位 カナダ
- 8位 韓国
- 9位 マレーシア
- 10位 フランス

5) 中国人が行ってみたい日本の都道府県 1位は北海道、食べたい2位に「納豆」がランクイン
百度 (バイドゥ) 検索ランキング 2014



中国の検索大手バイドゥ (百度) は、2014 年に検索されたキーワードをもとに日本に関連する人気キーワードランキングを発表した。旅行・観光関連の「行ってみたい日本の都道府県」部門では、北海道が 1 位、東京が 2 位、神奈川県が 3 位だった。バイドゥでは、日本政府観光局 (JNTO) 発表では中国からの北海道旅行者実数が 8 位にとどまっていることに触れ、今後の

旅行先として北海道の伸びしろが大きいとみている。また、「食べたい日本食」部門では、1位が寿司、2位が納豆、3位が天ぷらとなったほか、「ワサビ」「味噌汁」「ラーメン」などがトップ10入りした。エンターテインメント関連では、「中国で人気の日本ドラマ」の1位はフジテレビ系の「昼顔～平日午後3時の恋人たち」が2位以下に圧倒的な差をつけてトップに。2位はTBS系列の「SCANDAL」、3位はTBS系列の「半沢直樹」となった。1位となったドラマの人気要因として、バイドゥでは動画配信サイト愛奇芸(iQiyi.com)での正規版配信の影響もあるとみている。また、「中国で人気のある日本のアニメ」部門では、1位は「NARUTO-ナルト-」、2位は「ワンピース(ONE PIECE)」、3位は「ブリーチ(BLEACH)」。全体的に、不条理な人間関係や悲劇的・過激な展開が行われるダーク・ファンタジー系が比較的多くランクインしたうえ、往年の旧作や名作と新作が入り混じる結果となったのが特徴だ。

旅行・観光関連のランキングは以下のとおり。

▼行ってみたい日本の都道府県ランキング

()内は中国語表記、[]内は1位を”1”とした指数値。

1. 北海道(北海道) [1.00]
2. 東京都(東京都) [0.82]
3. 神奈川県(神奈川県) [0.73]
4. 京都府(京都府) [0.67]
5. 千葉県(千葉県) [0.54]
6. 愛知県(愛知県) [0.49]
7. 沖縄県(沖縄県) [0.41]
8. 群馬県(群馬県) [0.36]
9. 静岡県(静岡県) [0.34]
10. 埼玉県(埼玉県) [0.33]

6) 中国人の旅行5大トレンド、ビッグデータから読むモバイル化と海外旅行ブーム バイドゥ(百度)セミナーより

若者世代を中心に海外旅行への関心が高まり、モバイル情報を活用した旅行スタイルが急速に台頭する中国。政治的な問題で、いったんは落ち込んだ訪日旅行への関心も完全に回復している？そんな中国旅行市場の実態がビッグデータによって裏付けられた。中国の検索エンジン最大手の百度(バイドゥ)がこのほど開催したセミナー「ビッグデータから考察する訪日中国人旅行者へのアプローチ方法」で明らかにした。セミナーでは百度日本法人の国際事業室・高橋大介氏(写真右)が、月間ユーザーが60億人に達する百度の検索データを基に旅行者の検索行動や志向を

分析し解説した。それによると検索行動における傾向としてモバイル化が顕著であり、「デバイス別に年間のデータを見るとパソコンが66%で34%がモバイルだが、モバイル化は日々進行しており、最新の先月のデータでは週末など曜日によってはすでにモバイルがPCを上回る日もある」としている。

検索トレンドをもとに、百度の旅行チームが分析した2014年の旅行トレンドに関しては、「モバイル化」のほかに「旅行流通のオンライン化」、沿岸部の主要都市だけでない「3・4級都市での旅行熱の高まり」「若者世代の旅行への関心の高まり」「海外旅行の人気上昇」を5大トレンドとして紹介。若者世代の旅行の関心の高まりについては、25歳以下の若者が学生旅行や新社会人としての旅行に興味を示しており、旅行に関する検索数は「20代以下が全体の60%を占めている」（高橋氏）と指摘。そして、「海外旅行への関心が高く30%が海外関係だ」と付け加えた。

オンライン旅行ユーザーの分析では、日本を含む東アジアへの関心を示す比率は、全体の10.7%と低く、タイを中心とする南アジアに差を付けられている。訪問希望地は都市が61%と圧倒的に多く、島が36%で続いている。人気都市は香港、プーケット、ソウル、パリ、バンコク、ドバイで日本の都市は上位にない。しかし目的別の人気スポットでは、エンターテインメント部門で1位銀座、2位有馬温泉、3位ベルサイユ宮殿という意外な結果も紹介された。訪日旅行に絞ったトレンド分析では、キーワードの「日本旅游」が完全一致した検索回数は尖閣諸島問題発生前には1日1550回だったが、問題発生後は38%減の1日950回まで落ち込んでいた。しかし現在は最悪期の2倍以上、問題発生前を上回る1日2150回まで回復し、高橋氏も「われわれも、回復に安堵している」語る。

このセミナーでは、百度が訪日中国人旅行者向けに販売を開始したSIMカードの有用性についても説明された。中国人向けECサイトを運営するベリトランス社の居山正義マネージャー（写真右）は、ビッグデータ分析からも明らかなようにモバイル化が進み、旅行先でもインターネットの接続環境が必須になりつつある中で、日本における環境整備が不十分な状況を解消するためSIMカードの活用が最適だと指摘。中国で圧倒的な力を持つ百度の情報展開力によって訪日旅行時に使えるSIMカードの存在の認知度を高めることで、素早い普及が可能になると説明した。