

海外経済（観光）セミナー

ー訪日観光客の動向とパリ事務所の取組みー

- 1 フランス人の海外旅行の動向
- 2 訪日フランス人の状況
- 3 パリ事務所が行う主な観光関連事業
- 4 終わりにーフランス人の受入れ促進に向けてー

（財）自治体国際化協会パリ事務所（クレアパリ）

1 フランス人の海外旅行動向

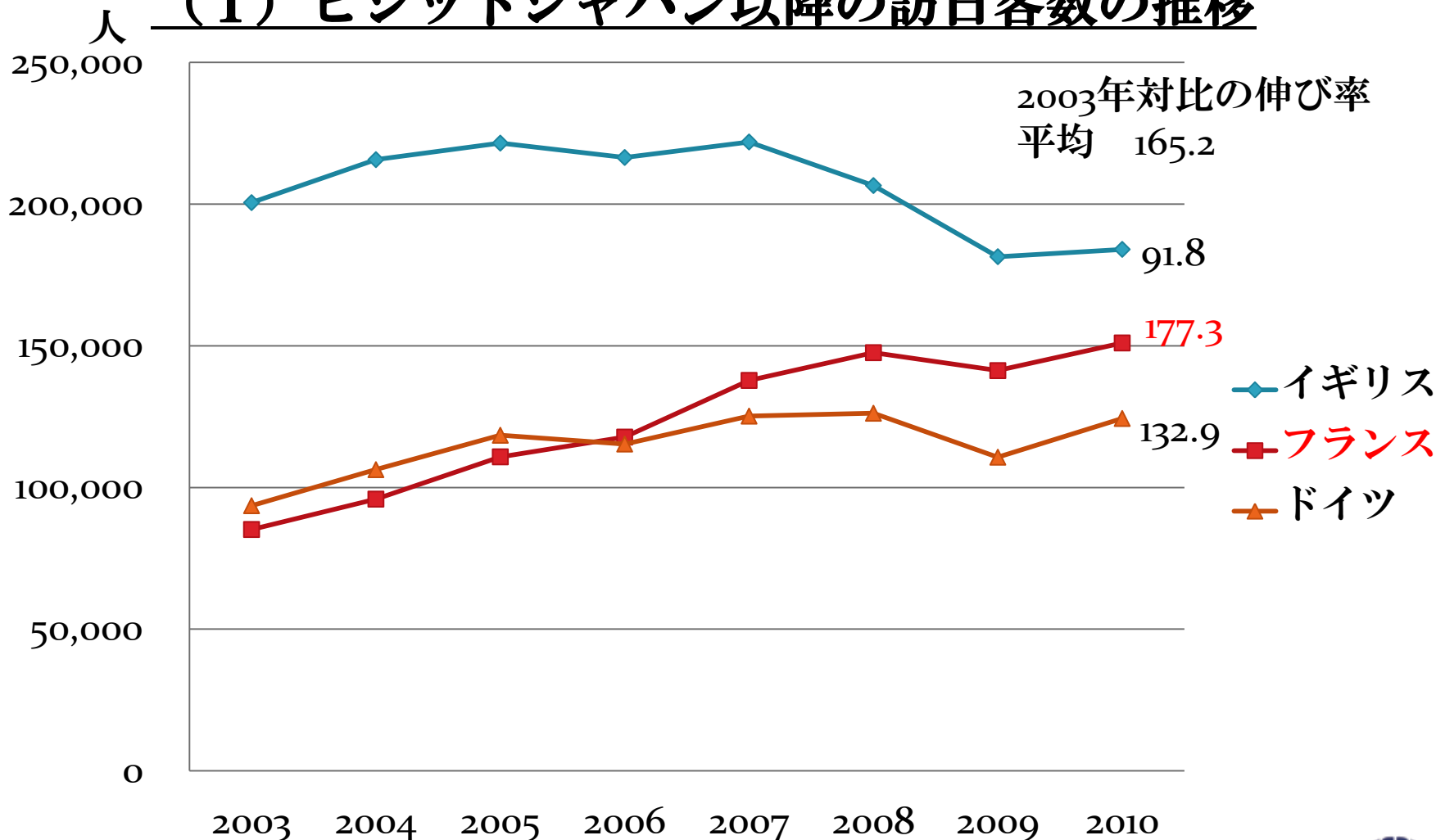
旅行先	旅行回数 (千回)	割合 (%)	平均滞在日数 (日)
ヨーロッパ	14,867	72.2	7.4
南北アメリカ	1,418	6.9	14.6
アフリカ	3,141	15.2	11.2
アジア・ オセアニア	1,160	5.6	15.7
(日本)	64	0.3	14.6
合計	20,601	100.0	8.9

フランス人の海外旅行動向

- フランス人の年間旅行回数は、延べ2億228万回。
国内旅行と海外旅行の割合は、9：1
 - 海外旅行先のうちアジアは1割以下。
欧州域内が7割以上（72.2%）を占めるのに対して、
アジア・オセアニア地区へは1割以下（5.6%）に止まる。
 - 日本行きは少ない（0.3%）が、滞在日数は長い。
海外旅行時の平均滞在日数は9日であるが、日本での滞在
日数は2週間を超える（14.6日）。
- ⇒ バカンス大国フランス人をいかに呼び寄せるか。

2 訪日フランス人の状況

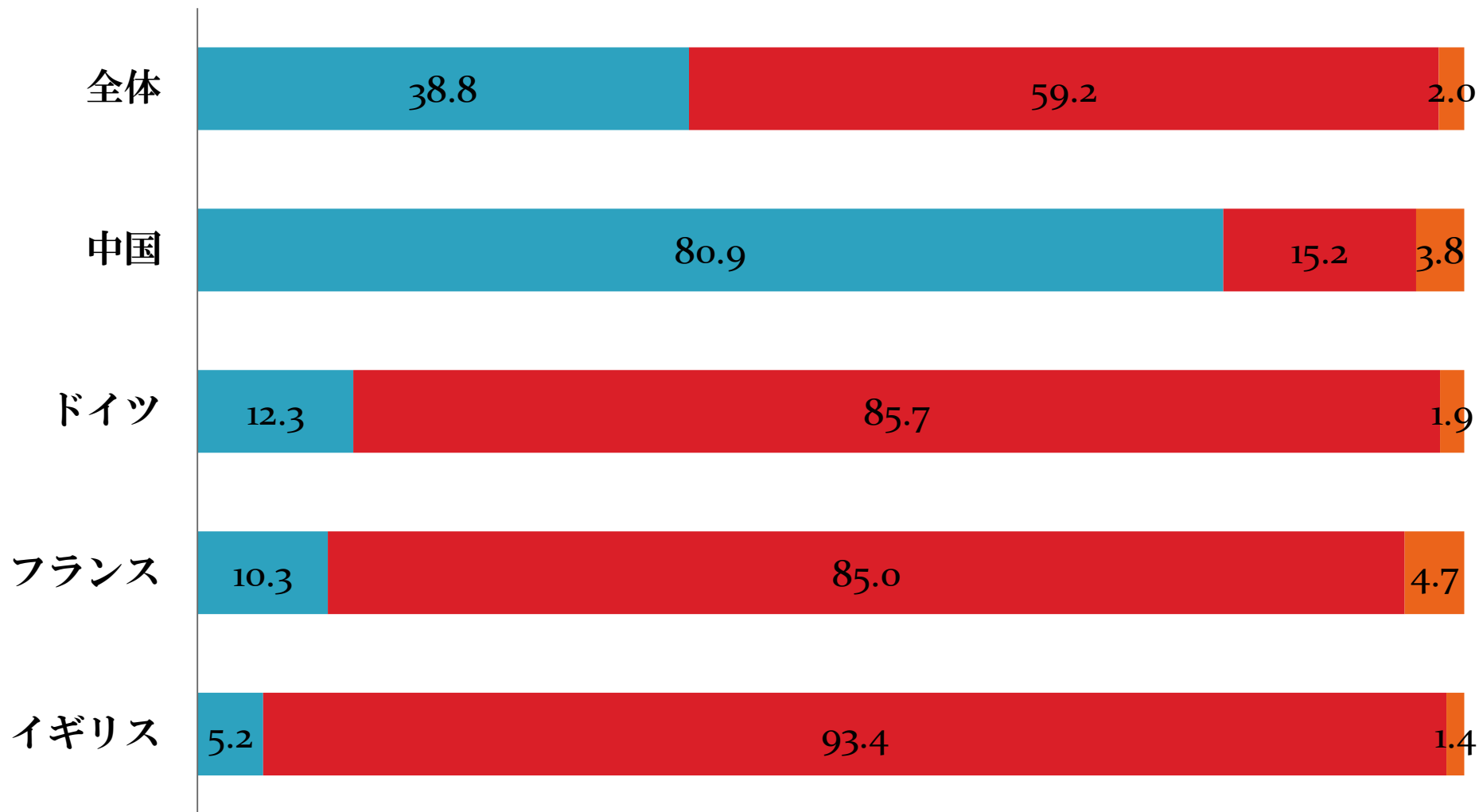
(1) ビジットジャパン以降の訪日客数の推移



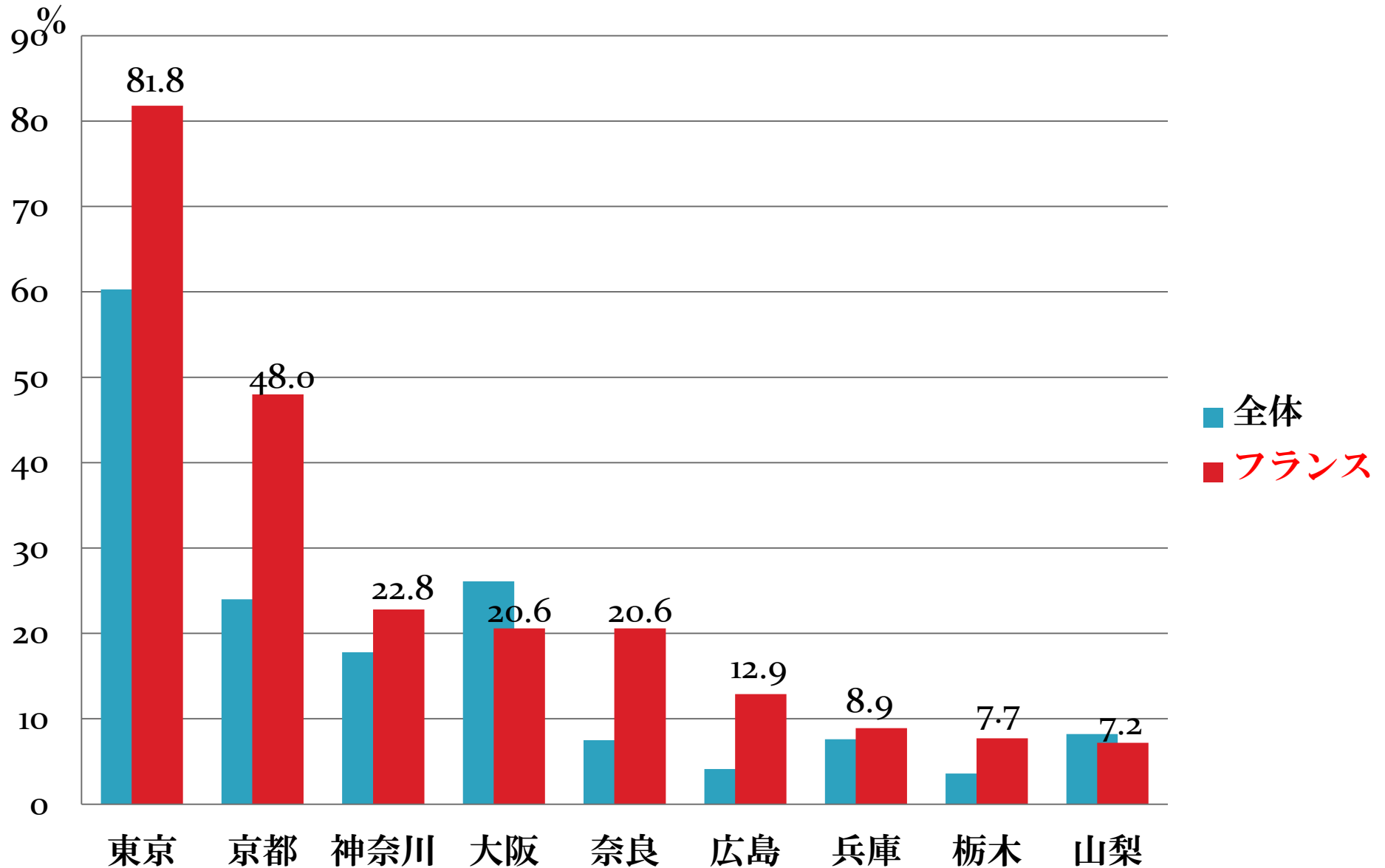
出典：日本政府観光局（JNTO）

(2) 観光客の旅行形態

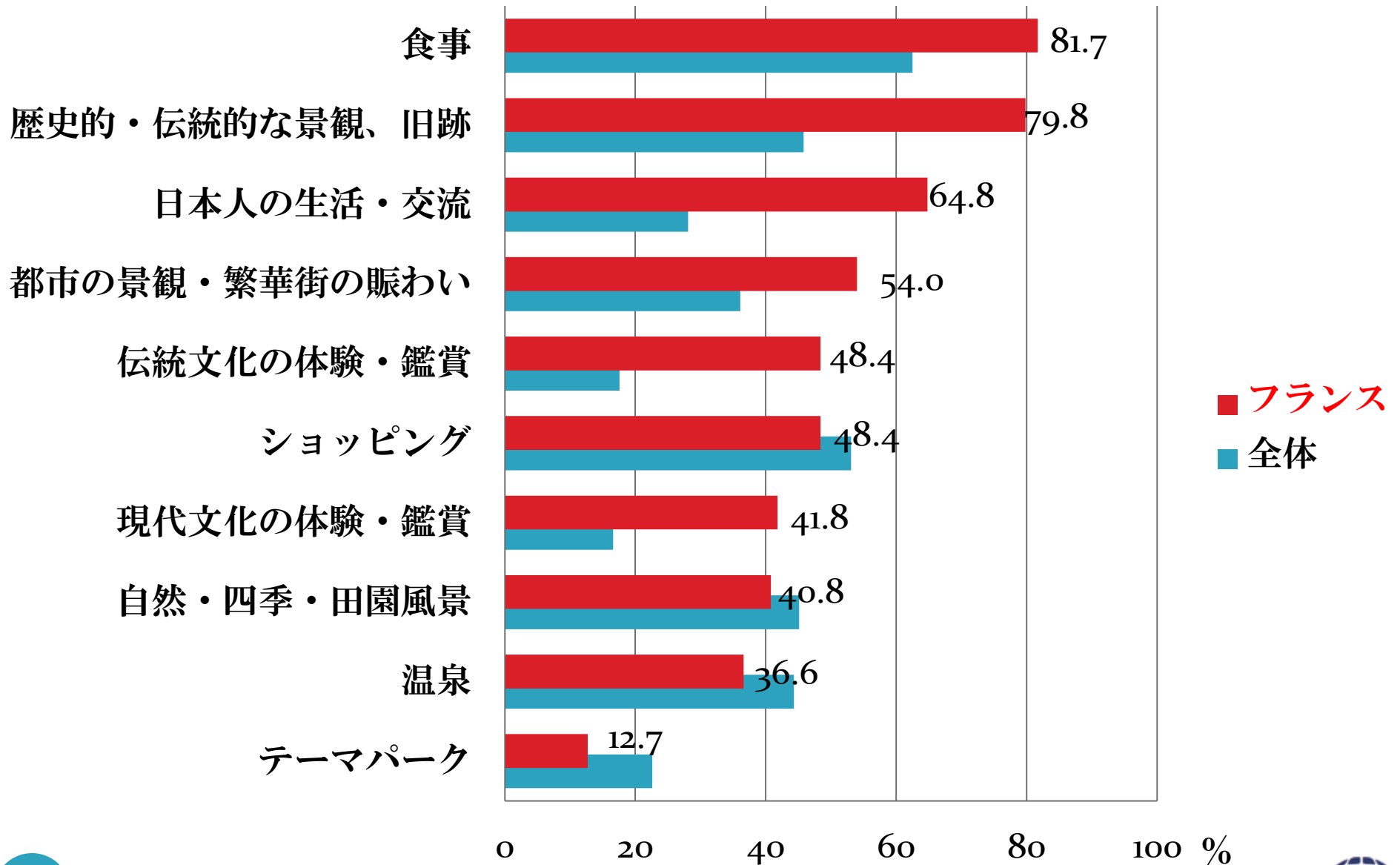
■ 団体旅行 ■ 個人旅行 ■ その他



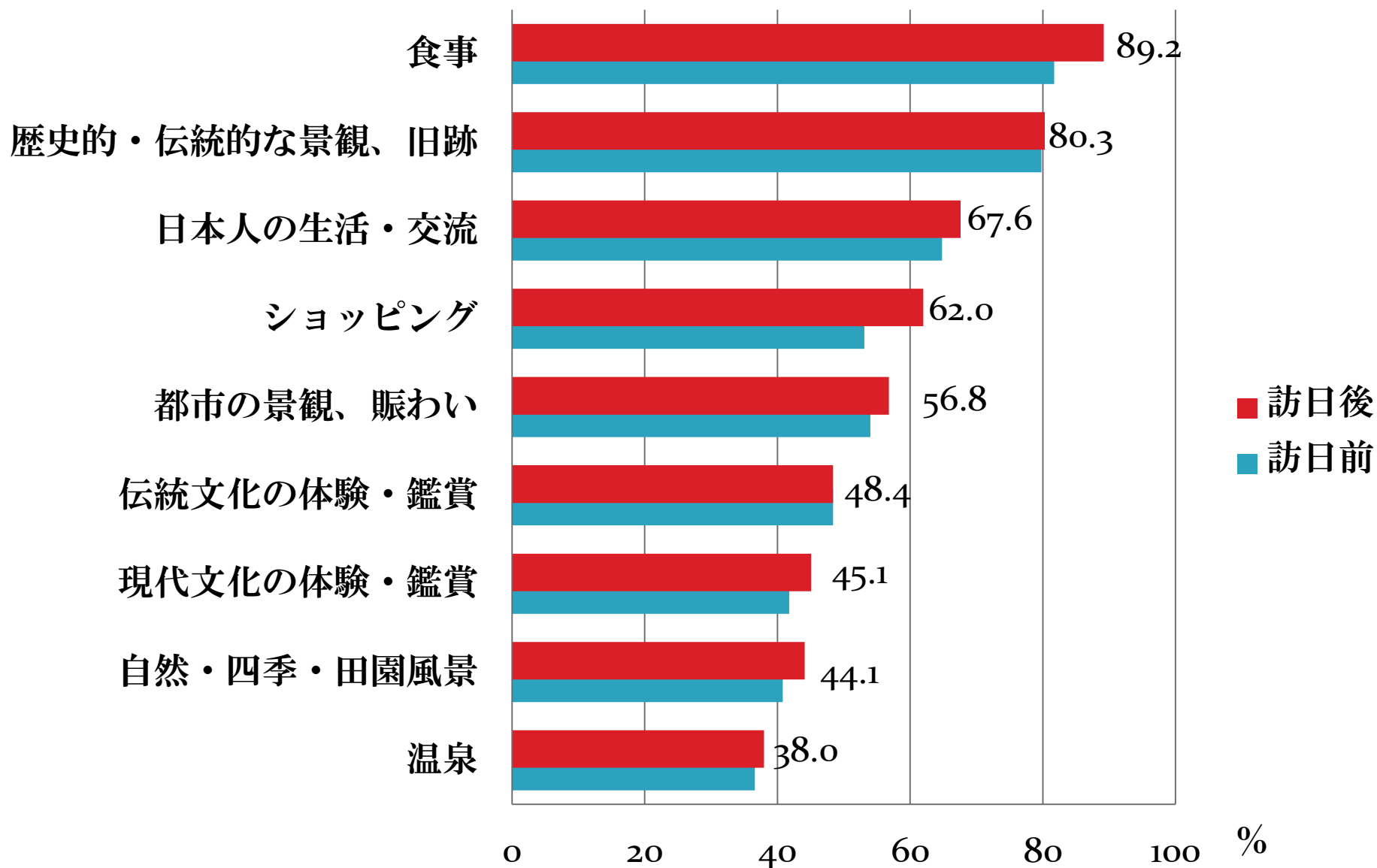
(3) フランス人の都道府県別訪問率



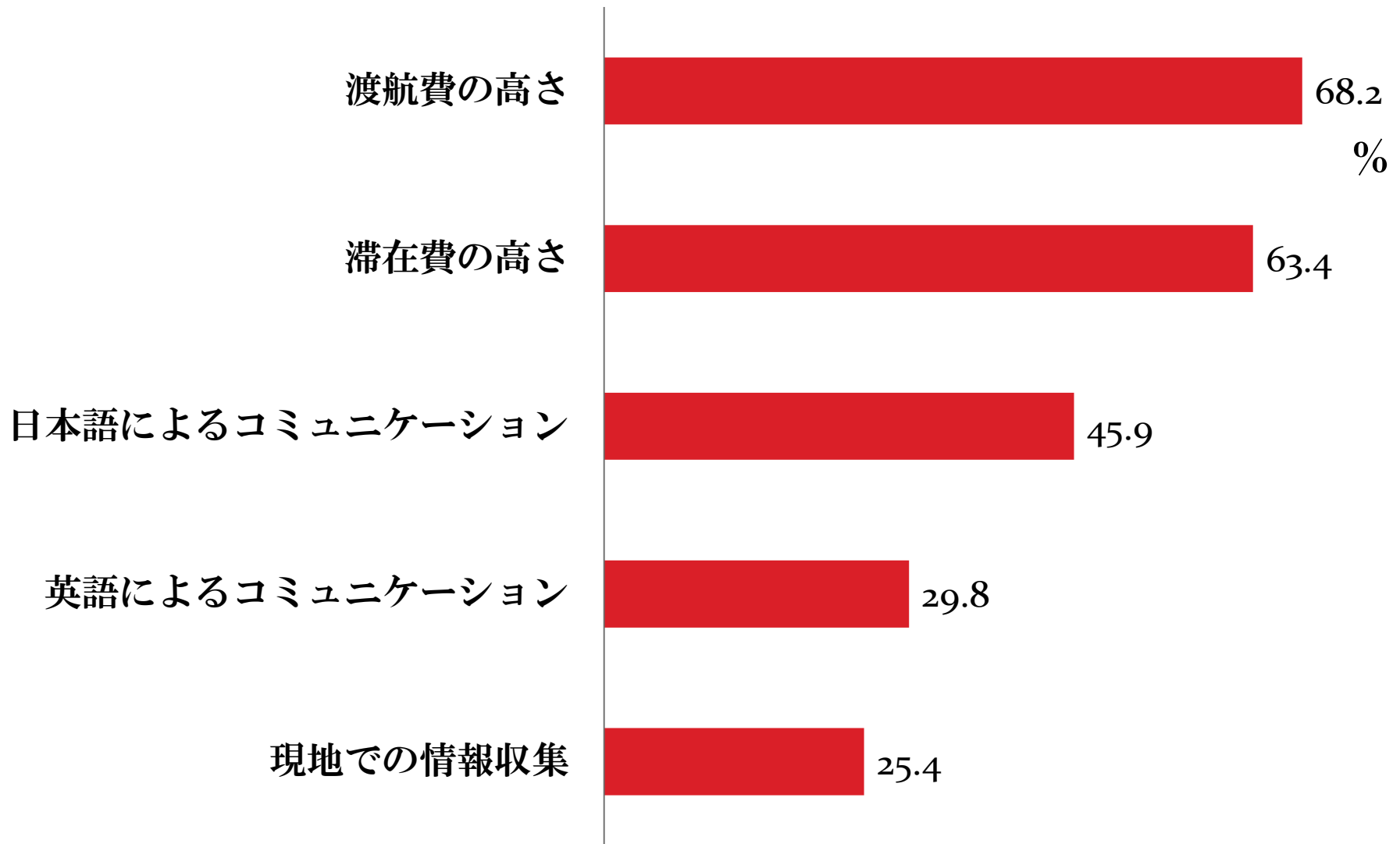
(4) フランス人が訪日前に期待したこと



(5) フランス人の訪日後の満足度



(6) 渡航時の主な心配事



訪日フランス人の状況（震災前の状況）

○ビジットジャパン事業開始後のフランス人の訪日数の伸びは、外国人観光客総数の伸びを上回る。

隣国（イギリス、ドイツ）に比べても高い伸びを示す。

○旅行形態は、「個人旅行」がほとんど（85.0%）。

○主な旅行先は、「ゴールデン・ルート」（東京～京都・大阪）

- ・東京には8割（平均6割）、京都には半数（平均1/4）が旅行
- ・奈良、広島、和歌山への訪問率は、外国人平均の約3倍

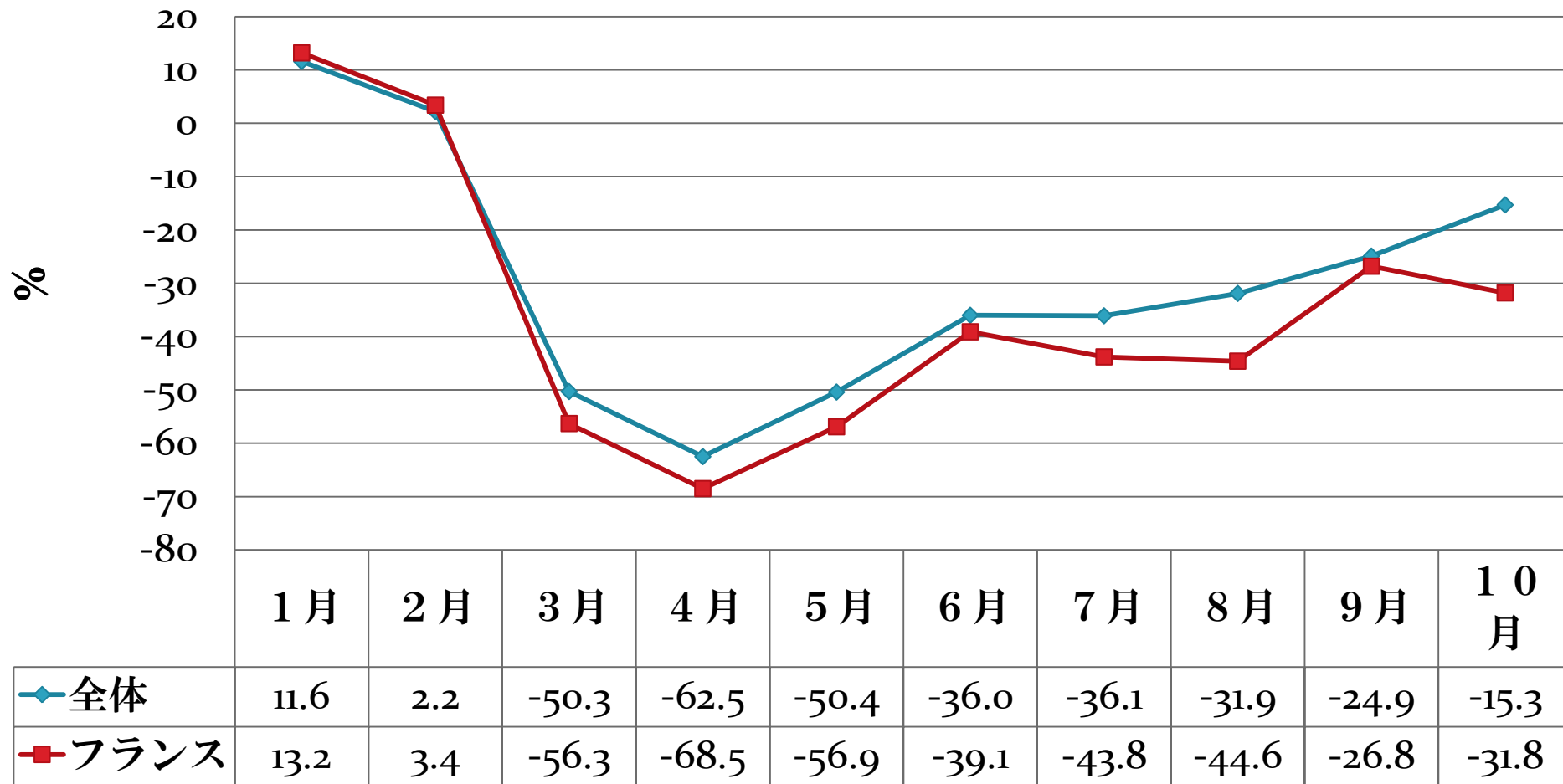
○訪日前に期待度が高いのは、食事、歴史的・伝統的な景観、日本人の生活（日本人との交流）など

- ・伝統文化（相撲、祭、茶道、歌舞伎等）と現代文化（ポップカルチャー、アニメ、ファッション等）の期待度は、平均の2倍以上

⇒フランス人の嗜好は、他人とは違う体験を求め、イベント好き

東日本大震災後の訪日状況

訪日外客数の推移 (2011年1月～10月)



東日本大震災後の訪日状況

- 大震災及び原発事故による訪日旅行への懸念が払拭されず、対前年同月比の訪日客数は減少が続く。
 - ・ 9月；訪日総数、フランスとも2割台の減少まで回復
 - ・ 10月；訪日総数は1割台まで回復、フランスは3割台へ拡大

<事故以外の主な要因>

- ①急激な円高・ユーロ安により、旅行先としての選択する上で不利
- ②航空会社による段階的な燃油サーチャージの引き上げ
- ③フランス外務省による退避勧告、渡航自粛勧告の継続（10月）
 - ・ 退避勧告 原発の半径40km圏内
 - ・ 訪問の自粛勧告 福島県
 - ・ 観光の自粛勧告 福島県、茨城県、栃木県

3 パリ事務所が行う観光関連事業

- 「経済分野活動の支援」を事業の柱の一つとして位置づけ、JNTOPari事務所と連携・分担しつつ、日本の「地方」のPRを進めるとともに、地方自治体の観光博出展や個別プロモーションに対するサポートを実施。

<旅行博等への出展事業>

- (1) ジャパン・エキスポ
- (2) パリMAP (国際観光博覧会)

<個別自治体へのサポート>

- (1) 山形県鶴岡市の食文化プロモーションに対する支援
- (2) パリ市アクリマタシオン公園での日本イベント

旅行博等への出展事業

(1) ジャパン・エキスポへの出展

「ジャパン・エキスポ」は、パリ近郊で開催される日本のポップカルチャーの祭典。クレアパリブースを出展し、日本の「地方」をPRするとともに、本年度は、直接出展を希望する自治体へブースを提供。

- 会期 2011年6月30日～7月3日
- 会場 ヴィルパント見本市会場
- 出展内容
 - ①自治体観光パンフによるPR (21)
 - ②自治体へのブース提供 (2)
 - ③東日本大震災復興支援



- ・ユネスコ「絆・メッセージ・フロム・ザ・ワールド」キャンペーン
- ・震災遺児支援のための募金活動の実施 (あしなが育英会)
- ・岩手県知事メッセージの掲示 (「いわての学び希望基金」の紹介等)
- ・ニュースレターの配布 (「がんばろう! 仙台」「がんばろう福島」)

(2) パリ国際観光博覧会 (Le Monde à Paris) への出展

「Le Monde à Paris (MAP)」は、一般市民を対象に、世界各国からの出展者が集結するフランス最大の旅行博覧会。

クレアパリでは、観光庁の「ビジットジャパングース」内にスペースを確保し、JNTOパリと連携し、日本の「地方」をPRする予定

- 会期 2012年3月15日 (木) ~18日 (日)
- 会場 ポルト・ドウ・ヴェルサイユ(Porte de Versailles)見本市会場
- 出展内容 (予定)
 - ①自治体観光パンフによるPR
 - ②東日本大震災の復興状況 (パネル展示)



個別自治体へのサポート

(1) 個別活動の支援（山形県鶴岡市の食文化プロモーション）

地方自治体等からの依頼に基づき、観光客の誘致や物産の販路拡大など、経済分野の活動に対して関係機関と連携し支援を実施。

<支援事例> 山形県鶴岡市の食文化プロモーション

ユネスコ創造都市ネットワークへの登録を目指し、当協会の「海外経済活動支援特別対策事業」を活用し、パリにおいて、出羽三山の山伏による勧進、地元食材を用いた精進料理のデモンストレーションを実施。

○支援内容

- ・プロモーション事業実施全体の企画に係る助言（訪問先の選定等）
- ・訪問先のアポイントの取付け、連絡調整
- ・山伏勧進実施に係る企画支援（場所選定等）
- ・広報活動支援



(2) パリ市アクリマタシオン公園での日本イベント

パリ市西部に市が所有する公園（「アクリマタシオン公園」）にて、約1カ月間にわたり日本の魅力発信のため実施されるイベント。

- 会 期 2012年4月7日(土)～5月8日(火) 約1か月
- 会 場 パリ市アクリマタシオン公園
- 主 催 者 パリ市
- 協力団体 パリ日本文化会館、在仏日本国大使館、J N T Oパリ、J E T R Oパリ、クレアパリ、その他在仏日本関連機関
- 可能な参加形態
 - ・ブース出展（観光P R、物産の展示・販売等）
 - ・ステージでの公演（伝統芸能等のパフォーマンス）
 - ・オープンスペースでのアトラクション（踊りを伴う行列、神輿）



4 終わりに -フランス人受入促進に向けて-

- 個人旅行者が自分達だけで歩けること ~ J N T O パリ事務所から ~
⇒ソフト面でのバリアフリー化の推進
アルファベットでの案内表示
仏語（少なくとも英語）による情報発信、カーナビ
- 地道なプロモーション活動
⇒ジャパン・エキスポなど将来の訪日客育成も含めた活動
- 余談～有名ガイドブック編集者のコメント～
 - ・ 日本は観光的に素晴らしいところがたくさんあって本当に宝庫だと思いますが、当の日本人がそのことに気付いていないように思います。
 - ・ 欧州人の文化を理解し把握した上でのガイドさん養成が一番大切だと思います。
 - ・ 日本に滞在し、日本語を話す留学生などを活用するのも大事なのではないのでしょうか？