

豊岡市外国人延べ宿泊者数（2018年第1四半期速報）

2018年1月-3月の外国人延べ宿泊者数 13,004人泊

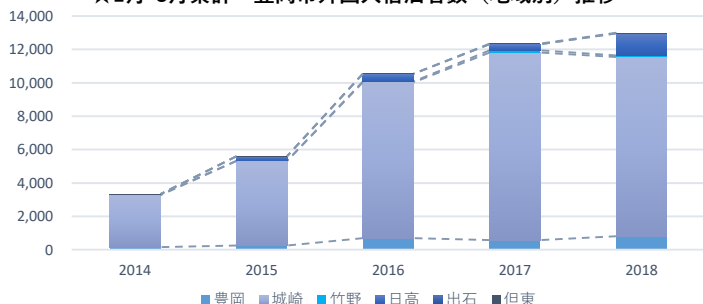
豊岡市が、市内観光協会、および城崎温泉旅館協同組合に協力を得て調査した2018年の第1四半期の外国人延べ宿泊者数が速報値として発表されました。全体としては、**前年同期比5.2%増と過去最高**となりました。

地域別でみると、**豊岡市インバウンドの約9割を占める城崎地域**が、前年同期比4.5%減と、統計を取り始めてから、**初めて前年同期を下回り**ました。

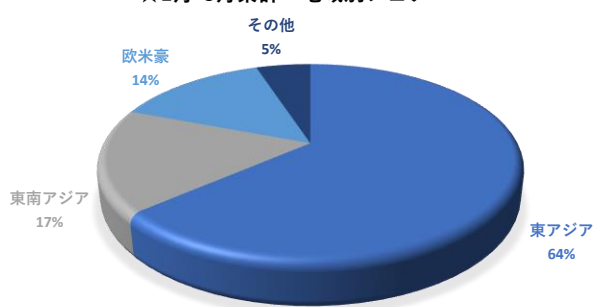
1月-3月は、城崎地域の繁忙期であり、日本国内で雑誌やテレビといった多くの媒体での露出が増え、日本人観光客が多く訪れたことが外国人宿泊者数の減少に大きく影響を与えたものと思われます。特に日本人観光客が最も多い3月は、日本人観光客の宿泊の増加、旅行計画時期（リードタイム）が比較的長い欧米豪市場のイースター休暇もあり、リードタイムの短い**東アジア市場の宿泊者数が伸びなかった**ことが伺えます（中国、台湾、香港、韓国**の東アジア主要4市場において、全て対前年比マイナス**）。

一方、**豊岡地域は、東アジア市場の宿泊が増加し、前年同期比約40%増**。日高地域では、**スノーアクティビティをコンテンツとした神鍋インバウンドプロジェクトのプロモーションの効果**、地域事業者の営業活動により、**東アジア・東南アジア市場からの訪問・宿泊が増え、前年同期比約273%増**と大きく伸びました。

★1月-3月累計 豊岡市外国人宿泊者数（地域別）推移



★1月-3月累計 地域別シェア



訪日インバウンドNews

2018年第1四半期の訪日外客数7,618,600人で前年比16.5%増

2018年4月の訪日外客数は、290万1千人と前年同月比12.5%増で、4月として過去最高となりました。1月から4月までの累計で、1,051万9千人と過去最速で1,000万人を突破しました。

市場別では、中国、ベトナム、インドで、前年同月比20%以上、また昨年から引き続きロシアが対前年比37.3%増と大きく伸びました。さらにイースター休暇にあまり左右されず、4月が訪日ハイシーズンとなるフランス、祝日と週末で、連休が長くなった台湾、タイ、3月末にLCCが新たに就航したフィリピンと、**7市場において、単月として過去最高**となりました。

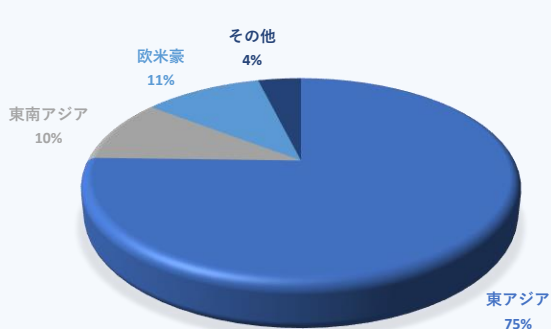
一方、イースター休暇の影響を受けた香港、英国、ドイツ、スペインで対前年マイナスとなり、航空運賃の上げ止まり、訪日ツアーの割高感によりインドネシアも前年を下回りました。

多くの市場で訪日ハイシーズンとなる4月は、休暇の影響を若干受けたものの、近年、各市場において訪日旅行機運を醸成するプロモーションが強化されていることもあり、**2018年も順調に推移**しています。2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズとビッグイベントが予定されているなか、**国の訪日プロモーションもますます加速するもの**と予想されます。

★1月-4月累計訪日外客数推移



★1月-3月累計 地域別シェア



※出典：日本政府観光局（JNTO）

ローカルサイトNO.1を目指し、Visit Kinosakiがリニューアル！

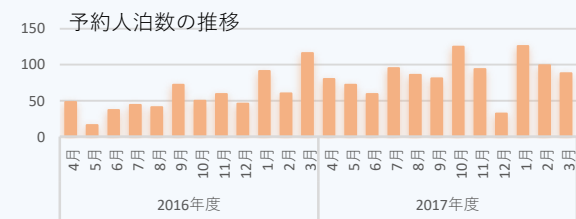
豊岡市がオーナーで運営を受託している外国語版ホームページ「Visit Kinosaki (VK)」は、外国人観光客に、ローカルな記憶に残る旅を計画していただくために、新しく生まれ変わりました。海外サイトやOTA（大手宿泊予約サイト）との差別化を図り、ガイドブックにはない、**地域のディープな情報を住民目線で発信**しています。

Visit Kinosakiは、**2014年12月に外国人観光客向け情報発信サイトとして誕生し、2015年11月に宿泊予約機能が追加**されました。その後、**2016年10月に豊岡観光イノベーションが運営を受託**、GoogleAdGrants（Googleが提供する非営利団体向けの無料広告）を活用し、ターゲットに効率よく広告配信して、VKへの流入を増加させてきました。

またサイトオーナーの豊岡市とTTI会員で地元web専門会社（株）ハイファイブと連携し、**サイトのSEO対策（※1）、UI/UX改善（※2）、宿泊施設のプラン出し営業と広告運用**を試行錯誤をしながら実施し、**2017年のサイト利用者数、宿泊予約数は対前年の1.8倍に成長**しました。今後も外国人観光客が、豊岡市に訪れるために必須のサイトとして、磨き上げていきたいと思います。

※1：検索エンジン最適化（Search Engine Optimization）・・・検索結果で自社サイトを多く露出させるために行う対策

※2：ユーザーインターフェイス（User Interface）とユーザーエクスペリエンス（User Experience）・・・パソコンやスマートフォンに表示されるデザイン、フォントなどユーザーの視覚に触れる全ての情報やサービスを利用するユーザーが行動の中で感じたこと全てを最適にする



FITツアーをコーディネートしました

フランスのお客様の豊岡滞在（5/15-17：2泊3日）をアレンジ！

今回、アレンジ依頼をいただきましたお客様は、**歴史・文化に関心**を持っておられ、中でも**日本の伝統的工芸品、その職人の手作業**を見たいという強い希望がありました。この希望を叶えるため、**麦わら細工の「かみや工芸店」神谷様にご協力いただき、プライベート工房見学を特別な体験プログラムとして提供**しました。



神谷さんは、多くのメディア取材に対応してきておられ、カメラ越しの視線には慣れておられますが、「**直接の視線、真剣な眼差しで見られたことに大変緊張しました。**」と仰っていました。ご協力に本当に感謝です！！

城崎温泉・出石城下町の歴史・文化、玄武洞について、正しく伝えるため、城崎・出石、工房見学の通訳ガイドとして、豊岡市のCIRジャド様にご協力いただきました。フランスの国民性もあり、行く先々で多くの「なぜ？」がガイドに降りかかり、応答が大変だったと思いますが、**お客様も地域の事業者様も、お別れの時は、とても清々しく満面の笑みだったことが印象的でした。**



FITのお客様が、この地域の文化・歴史を知り、**この地域ならではの旅を満喫するには、観光ガイドの役割がとても大きい**ことを実感するとともに、この**地域の課題**でもであると再認識しました。この課題について、TTIでも取り組んでいきたいと思います。

ASEANの最新動向・効果的な誘客手法を伝授！

観光まちづくりセミナー参加者、東南アジア市場に魅了？

5月22日（火）に今年度第1弾となる「**観光まちづくりセミナー**」を開催しました。この観光まちづくりセミナーは、昨年9月を皮切りに今回で**6回目**の開催となりました。

第1部では、タイ・シンガポールに拠点を構え、**ASEAN諸国、台湾、香港の、日本企業や観光庁の市場アドバイザーとして活躍**されている**（株）アジアクリックの高橋学様**に、**ASEAN市場の旅行動向、効果的な誘客手法、今後の展望等**をご講演いただきました。

また、第2部では、**出石城下町で、香港・台湾・韓国からの団体観光客を受入れられている出石山ビール（株）奥村佳紀様**に**セールスコールの実体験やインバウンド実績**をオープンにお話しいただきました。第3部の交流会は、全体相談会形式で、各社・団体の課題や取り組みについて、高橋様からご助言いただきました。

多くの可能性を持っている東南アジア市場における誘客戦略については、引き続き、地元事業者様とともに、**取組んでいきたいと思います。**



お知らせ：2018年7月12日（木）第7回観光まちづくりセミナー開催！！