

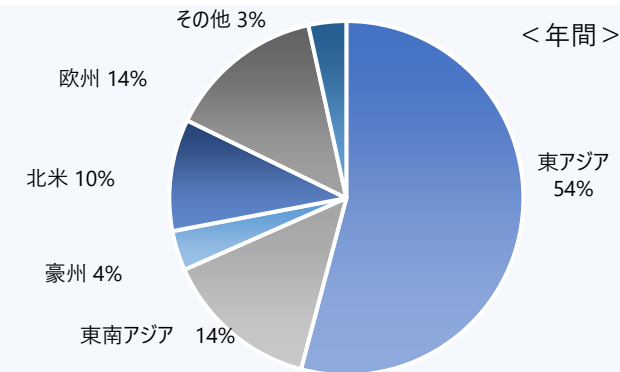
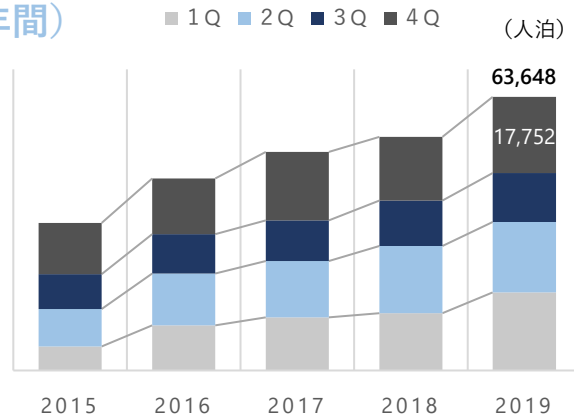
インバウンド News

豊岡市外国人延べ宿泊者数（2019年第4四半期/年間）

2019年第4四半期（10-12月）の豊岡市外国人延べ宿泊者数は、**17,752人泊（前年同期比20.1%増）**と同期間中では過去最高となりました。市内地域別では、**竹野地域が前年同期比77.1%増**と大きく伸び、城崎地域（13.3%増）、豊岡地域（31.6%増）、日高地域（37.0%増）でも前年同期比2桁成長で好転しました。但東地域は前年同期比42.9%減となりましたが、年間を通しては、対前年比27.8%増のプラス成長となっています。

2019年の外国人延べ宿泊者数は、63,648人泊（前年比17.2%増）と、**全国の伸び（前年比7.6%増）**より高く推移しました。

*出典：2020/2/28 Press Release「観光庁宿泊旅行調査（令和元年・年間値（速報値）」



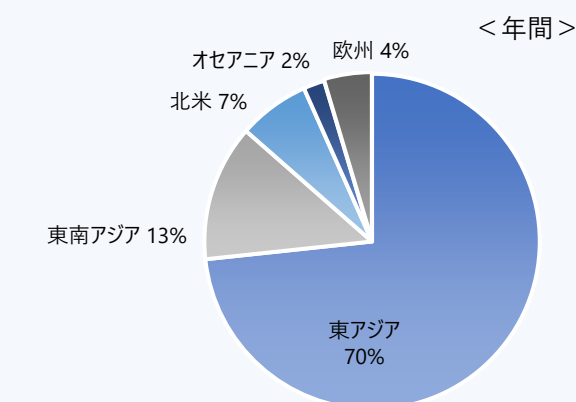
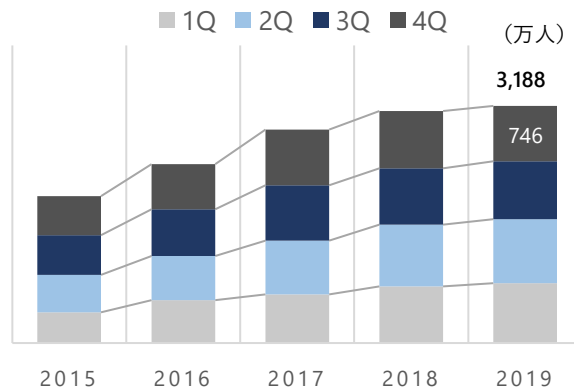
2019年市場別では、**台湾市場が15,080人泊（前年比43.8%増）**で最も多く、次いで中国市場10,843人泊（13.9%増）、香港6,714人泊（18.9%増）、タイ5,430人泊（0.9%減）、**アメリカ4,883人泊（59.1%増）**と続きます。上位10市場では、その他にカナダ（33.6%増）、シンガポール（27%増）、イギリス（22.1%増）、オーストラリア（12.5%増）と好調に推移したものの、2018年に大きく成長（2017年比161%）したフランスは対前年比15.5%減とマイナス成長となりました。

訪日インバウンド概況（2019年第4四半期/年間）

2019年第4四半期（10-12月）の国内全体の訪日外客数は、**7,464,242人（前年同期比3.4%減）**で3カ月連続の対前年同月比減（10月 5.5%減、11月 0.4%減、12月 4.0%減）となりました。

日韓情勢の先行き不安から、訪日外客数が多い韓国市場の減速が大きなマイナス要因となっています。

2019年の訪日外客数は、**3,188万2千人**で対前年比2.2%増となり、過去最高となりました。ただし、2020年は、昨年末から中国・武漢市で発生した新型コロナウイルスの感染拡大で、観光インバウンドに大きな影響を及ぼしています。動向を注視しつつ、適確な措置を講じる必要があります。



2019年市場別では、国が重点的にプロモーションを実施している20市場のうち、**韓国を除く19市場で過去最高を記録しました。**

東アジア市場は、韓国が8月以降訪日外客数が半減する状況が続いているものの、中国、台湾、香港は新規就航や増便等による航空座席供給量の増加もあり前年を上回りました。特に**中国が959万人と、全市場で初めて950万人を超えました。**

欧米豪市場は、人気の桜シーズンやラグビーワールドカップ（RWC）による訪日増もあり、年間を通じて好調な伸びとなりました。特に**イギリスがRWC期間中、前年同月比80%増の伸率を示し、初めて40万人を突破しました。**

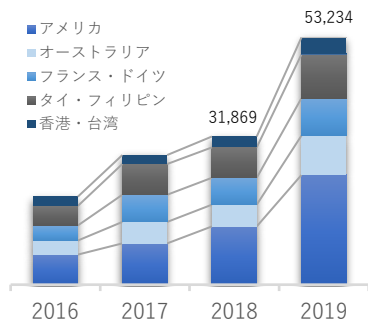
Visit Kinosaki Webマーケティングの取り組み

城崎温泉及び周辺地域の観光情報と宿泊予約機能を併せ持つ「Visit Kinosaki」サイトは、5月にリニューアルを行い（ニュースレターVol.22で紹介）、**ヒートマップ**を活用したページ改善や広告運用を行い流入数を増やす取組を行っています。

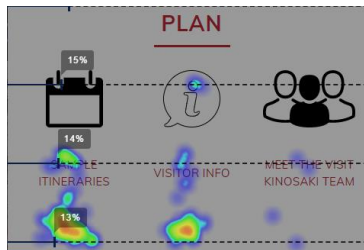
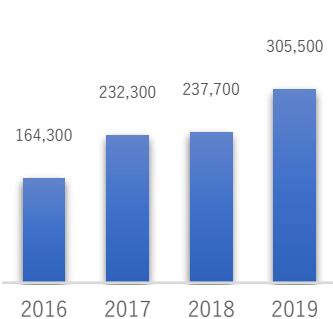
Visit Kinosakiサイトへのアクセスは2016年から順調に伸び続けています。2019年主要ターゲット国（アメリカ、オーストラリア、フランス、ドイツ、タイ、フィリピン、香港、台湾）全てでアクセスが増加しており、特に**アメリカ、オーストラリアが大きく伸びています**。メディア露出や検索広告の実施による成果が表れ始めたと考えています。英語サイトだけではなく、フランス語・ドイツ語でのサイト整備も行っているため、今後、これら地域からの更なる流入増加を期待しています。

「Kinosaki」、「Kinosaki onsen」の検索ボリューム（Google等検索エンジンで検索された回数）の推移からも、城崎温泉への関心が強くなっていることがわかります。

アクセス推移



検索ボリューム



<ヒートマップの活用> ページごとに、どこがクリックされ、どこまでスクロールされて読まれているかを随時チェックし、改善に繋げています。

SNSマーケティング

城崎温泉をはじめ豊岡市内のスポットや体験を紹介する英語・繁体語のFacebookに加え、Instagramも運営しています。週2回のペースで更新し、ファン層獲得を目指しています。この度2,000フォロワーを突破することができました。今後も積極的に発信をづけていきます。



予約サイトとしてのVisit Kinosaki

Visit Kinosakiサイトにおける2019年宿泊件数が最も多い市場は、アメリカ市場です。次いでシンガポール、オーストラリアと続きます。件数上位10市場の平均宿泊単価をみると、最も高いのは、アメリカ、次いでイギリス、フランスという結果になりました。

9月から11月のラグビーワールドカップ期間中には、メディア・WEB情報発信や国内滞在者向けのWEB広告により、リードタイムの長い予約、直近の予約も獲得することができました。

Visit Kinosakiは、予約の側面のみならず、当地域の情報量が満載のWEBサイトとなっており、旅行計画者の訪問意欲を喚起する働きも担っています。

対2018年比較

予約人泊数
+32.6%

予約金額
+32.8%

宿泊人泊数
+36.1%

宿泊金額
+45.2%

2019 宿泊件数の多い市場ベスト3

1位 アメリカ（シェア26.3%） 2位 シンガポール（13.2%） 3位 オーストラリア（11.1%）

2019 平均宿泊金額（1回の宿泊あたり）が高い市場ベスト3

1位 アメリカ（34,747円） 2位 イギリス（33,381円） 3位 フランス（30,412円）

天橋立観光協会との連携

天橋立と城崎温泉は、台湾をはじめ東アジア圏にも人気が高い観光地で、天橋立に立ち寄り、宿泊は城崎温泉という旅程も珍しくありません。ただ、両地域を結ぶ鉄道の時間や乗換えがインバウンドにとっては分かりにくいという課題がありました。

そこで、天橋立観光協会と共同で、**城崎温泉・天橋立の乗換案内**や各地の観光スポットを掲載した**英語版サイト**を立ち上げるようになりました。ページの充実などまだまだ課題はありますが、できるところから始め、城崎温泉や豊岡を含めた周遊促進へ繋げていきます。



Kinosaki onsen to Amanohashidate					
JR		Kyoto Tango Railway			
Kinosaki Onsen Station	Train Name	Toyooka station	Train Name	Amanohashidate station	
Dep.		Arr.	Dep.	Arr.	
9:33	Ltd. Express Kounotori No.12	9:42	9:51	Local train for Nishi-Maizuru	11:03

天橋立 & 城崎温泉
ページ (英語)



海の京都との連携

北近畿～若狭湾の有名観光地以外への外国人旅行者を増やす目的で、4事業者連携のもと、**北近畿レンタカープラン**を造成しました。各地域の「飲食」「物販」「観光・拝観」各施設で利用できる「お買い物券」とレンタカー割引をセットにして販売します。

4つのプラン：

- ① 城崎～丹後半島～天橋立～若狭ハイライト4泊5日
- ② フォトジェニックに楽しむ4泊5日
- ③ 家族みんなで遊びつくそう！4泊5日
- ④ 城崎～丹後半島～天橋立～若狭・ラグジュアリー & 文化に触れる旅4泊5日

< 連携4事業者 >

オリックス自動車株式会社



一般社団法人豊岡観光イノベーション

一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社



海の京都



一般社団法人若狭湾観光連盟

せとうち観光推進機構との連携

2019年12月23日に、せとうち観光推進機構（せとうちDMO）と豊岡市及び豊岡観光イノベーション（TTI）で、「**欧米豪インバウンド集客の相互連携に関する協定**」を締結しました。

せとうちDMOは、**インバウンドマーケティングの知見**、**欧米の旅行会社やメディアとのリレーションに強み**を持っています。TTIでは、**魅力的なコンテンツと地域に密着した商品開発**を行います。お互いの強みを活かし、付加価値を高め合うことで、**観光まちづくりの推進及び地域経済の活性化**を図っていきたく考えています。

■ 連携のイメージ

魅力的なコンテンツと地域に密着した商品開発力

旅行会社やメディアとのリレーション、発信力



SETSUUCHI REFLECTION TRIP

欧米豪インバウンドのニーズにマッチしたプロダクト開発とプロモーションを展開し、効果的な誘客を推進

欧米豪インバウンド集客の相互連携に関する協定締結式



連携協定前の2019年11月には、第1弾として、ドイツ富裕層メディア「ELLE Traveler」のFAMを実施しました。また2020年2月に第2弾、アメリカ・イギリスの富裕層読者を持つメディア「Boat International」のFAMを実施しました。



神鍋インバウンドの取組み

①スノーシーズン特集ページの広告配信強化（英語・タイ語）



スノーシーズン特集ページを最新の情報にアップデートし、ターゲット国の**フィリピン・タイ・香港**に向けて Facebookと Googleで広告配信をしました。

< 広告配信期間：2019年11月21日～12月27日 >

フィリピン → クリック数 9,391 / リーチ数 211,903人

タイ → クリック数 1,098 / リーチ数 124,383人

香港 → クリック数 451 / リーチ数 41,464人

フィリピンから大きな反響があり、自国にはない**本物の雪**への関心の高さを知ることができました。また Visit Kinosaki への問合せも昨年までと比べ大きく増加しました。

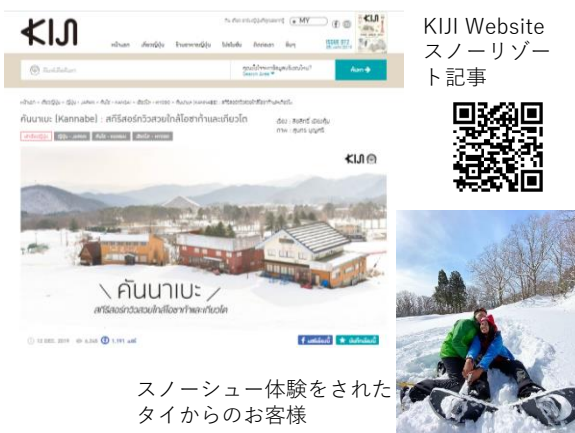
神鍋特集ページ
(英語) →



神鍋特集ページ
(タイ語) →



②海外情報発信拠点(タイ)からの情報発信



タイの**現地メディア「KIJI」**で、2か月に1回神鍋を中心とした豊岡の情報をフリーペーパー&WEBで発信しています。最新の神鍋スノーリゾートの記事は、**WEBページビュー: 6,260**、**Facebook投稿シェア: 1,191** (2月18日現在)と、個人や他の現地メディアを通じて、更なる情報発信に繋がっています。

「KIJI」を見て神鍋に宿泊に来たというお客様の声、Visit Kinosaki 上で販売している**スノーアクティビティの体験予約の増加**からも、プロモーションの効果が現れてきていると感じます。今シーズンは雪不足の為、体験実施はスノーシュー2件にとどまりましたが、雪の訴求力を活かし、今後もPRしていきたいです。

TTI会員制度のご紹介

セミナーの優待参加、会員の集い

セールスに役立つセミナー及び会員の繋がり場を提供します。

Facebook「Visit Kinosaki」で情報発信

Facebook「Visit Kinosaki」に情報を掲載し、世界発信します。

Visit Kinosaki サイトに紹介ページ作成

インバウンド向け情報発信 & 宿泊予約サイト「Visit Kinosaki」に、会員様のページを作成し、掲載します。

翻訳サービス（日本語⇒英語）

パンフレットや飲食店メニュー等をネイティブスピーカーが英語に翻訳します。

※別途料金が必要となります。

旅行商品への組み込み支援

TTIが企画するツアーや、海外旅行会社のファムトリップの行程に、会員施設を中心に組み込みます。

※ただし、お客様の要望を優先します。

海外プロモーション支援 (旅行博・セールスコール等)

旅行博等を活用したプロモーションを支援（出展枠の提供または資料配布）します。

※出展に係る費用は自己負担となります。

体験プログラム開発・販売支援

地域の素材を活かした体験を事業者様と一緒に開発し、Visit Kinosakiの体験ページで販売します。