



Japan. Endless Discovery.

# JNTO訪日旅行誘致 ハンドブック 2017

欧米豪9市場編

編著： JNTO 日本政府観光局

発行： 一般財団法人 国際観光サービスセンター (ITCJ)



# JNTO訪日旅行誘致 ハンドブック2017

欧米豪9市場編



# 目次

構成	豪州	カナダ	米国	ロシア	ドイツ	フランス	英国	イタリア	スペイン
<b>第1章 経済・政治・社会情勢と国民の志向</b>									
1-1. 外国旅行に影響を与える情勢									
(1) 経済情勢	2	30	58	96	130	156	186	210	236
(2) 政治・社会情勢	2	30	58	96	130	156	186	210	236
1-2. 外国旅行に関する国民の志向									
(1) 気候・風土が外国旅行に与える影響	3	31	58	97	130	157	186	211	236
(2) 休暇制度と旅行動向	3	31	59	97	131	157	186	211	237
(3) 余暇に対する考え方	4	31	59	98	131	158	187	212	237
(4) 社会における志向の変化	4	31	60	98	132	158	187	212	238
(5) 日本のイメージ									
①一般的な日本のイメージ	5	33	60	99	132	159	188	212	239
②旅行地としての日本のイメージ	5	33	61	99	133	160	188	213	239
<b>第2章 外国旅行の動向</b>									
2-1. 外国旅行の現状と展望	7	35	62	100	134	161	189	214	241
2-2. 外国旅行の旅行形態別特色	7	36	65	102	136	162	191	215	242
2-3. 観光関連政策									
(1) 外国旅行関連規制	9	38	67	105	137	163	192	215	243
(2) 旅行業法	9	38	67	105	137	163	192	216	243
2-4. 日本の競合旅行地	9	38	67	106	137	163	192	216	244
2-5. 訪日旅行の価格競争力	10	40	69	108	138	165	193	219	246
2-6. 評価の高い日本の旅行地	11	41	70	108	139	166	193	219	247
2-7. 訪日旅行の有望な旅行者層	13	41	71	109	140	167	194	220	247
2-8. 訪日旅行の買い物品目	14	42	72	109	141	167	194	221	248
2-9. 日本の食に対する嗜好	14	43	72	110	141	168	195	221	248
2-10. 接遇に関する注意点	15	43	73	110	141	168	195	221	248
<b>第3章 現地の流通構造（旅行業界・航空業界）</b>									
3-1. 旅行業界									
(1) 旅行業界の現況	16	44	74	111	142	170	196	223	250
(2) 旅行会社の種類	16	45	74	112	142	170	196	223	250
(3) 流通構造	16	45	75	112	142	171	197	224	251
3-2. 航空業界									
(1) 航空業界の現況	17	46	75	112	143	171	197	224	251
(2) 日本路線を有する航空会社	18	47	76	115	143	171	197	224	252
(3) 空港別の航空路線	18	47	77	116	144	172	198	225	252
<b>第4章 誘致活動の方法</b>									
4-1. 旅行業界、航空業界に対する宣伝手法									
(1) 宣伝ツール	20	48	80	117	145	173	200	226	253
(2) ミッション派遣事業	20	48	80	118	145	173	200	226	253
(3) セールスコール（営業のための個別訪問）	20	48	81	118	146	173	201	226	253
(4) セミナー（説明会）・商談会	21	48	82	119	146	173	201	227	253
(5) 旅行会社招請	22	49	83	120	147	175	202	228	255
(6) ニュースリリース（報道資料）	22	49	84	121	148	176	202	228	256
(7) 旅行会社支援事業	22	49	84	122	148	176	202	229	256
(8) 上記の宣伝手法により、外客誘致に成功した事例	23	49	84	123	148	176	203		256
4-2. 一般向けの宣伝手法									
(1) 宣伝ツール	23	50	85	123	148	177	203	229	257
(2) 旅行博・展示会	24	51	87	124	149	179	205	231	259
(3) イベント	24	51	88	125	150	180	205	231	260
(4) メディアの活用									
①メディアの状況	25	52	89	125	150	180	205	232	260
②プレスリリース（報道資料）	26	53	91	126	152	180	206	232	260
③記者会見	26	53	91	127	152	180	206	233	260
④記者招請事業	26	53	91	127	152	181	206	233	260
⑤広告掲載	26	54	92	127	153	182	207	234	261
(5) 上記の宣伝手法により、外客誘致に成功した事例	27	54	93	128	153	182	207		262
4-3. JNTO海外事務所の活用	28	54	93		153	183	208		



# 豪州

Australia

## 第1章 経済・政治・社会情勢と国民の志向

- 1-1. 外国旅行に影響を与える情勢 ..... 2
- 1-2. 外国旅行に関する国民の志向 ..... 3

## 第2章 外国旅行の動向

- 2-1. 外国旅行の現状と展望 ..... 7
- 2-2. 外国旅行の旅行形態別特色 ..... 7
- 2-3. 観光関連政策 ..... 9
- 2-4. 日本の競合旅行地 ..... 9
- 2-5. 訪日旅行の価格競争力 ..... 10
- 2-6. 評価の高い日本の旅行地 ..... 11
- 2-7. 訪日旅行の有望な旅行者層 ..... 13
- 2-8. 訪日旅行の買い物品目 ..... 14
- 2-9. 日本の食に対する嗜好 ..... 14
- 2-10. 接遇に関する注意点 ..... 15

## 第3章 現地の流通構造（旅行業界・航空業界）

- 3-1. 旅行業界 ..... 16
- 3-2. 航空業界 ..... 17

## 第4章 誘致活動の方法

- 4-1. 旅行業界、航空業界に対する宣伝手法 ..... 20
- 4-2. 一般向けの宣伝手法 ..... 23
- 4-3. JNTO 海外事務所の活用 ..... 28



## 1-1 外国旅行に影響を与える情勢

## 1. 経済情勢

豪州の経済は、1992年度から継続して経済成長を実現している。2008年の世界金融危機、2010年12月に発生した国内最大の石炭埋蔵量を誇るクイーンズランド州での大規模な洪水被害時など、四半期単位でマイナス成長を記録したことはあるものの、年度ベースでは一貫して景気後退を回避している。

この経済を長らく支えてきたのは、鉄鉱石などの天然資源である。資源埋蔵量の多い豪州では、中国をはじめとする世界的な資源需要の増大に伴って、資源関連投資・雇用拡大が進み、堅調な経済成長が続いてきた。しかし近年、資源価格の大幅な下落により、豪州経済の先行きへの不透明感が増している。その一方、堅調な住宅投資や国内観光産業の発展など、前向きな材料もあることから、国全体としては、依然としてプラス成長を遂げ続けている。なお、豪州から産出する様々な資源は、概して高い競争力を有していることから、今後も引き続き基幹産業であることには違いない。

豪州準備銀行（RBA）は、経済のてこ入れを図るため、政策金利の引き下げを進めている。これにより、2010年11月に4.75%であった政策金利は、2013年8月には2.5%、2015年5月に2%、8月より過去最低の1.5%まで引き下げられた。

豪ドルについては、これまでは良好な経済状況や好調な個人消費などによって、基軸通貨に対して豪ドル高の傾向が続いていたが、2013年5月以降、政策金利の引き下げの効果もあり、豪ドル安に転じている。その後2016年6月の英国のEU離脱の影響を受けて、さらに豪ドル安は進み、2016年9月時点で1豪ドル=0.76米ドルとなっている。対円では、2015年7月まで1豪ドル=90円代が続き、訪日旅行の促進に寄与したが、それ以降は豪ドル安に転じ、米ドル同様2016年6月以降豪ドル安が加速、9月時点では1豪ドル=77円となっている。

貿易においては、その相手国として歴史的に日本が圧倒的なウエイトを占めていたが、近年は中国との関係が急速に進展しており、2007年度～2008年度には、輸出入総額で中国が日本を上回った。2016年現在、豪州最大の貿易パートナーは中国であり、

豪州経済は中国をはじめとする資源需要国の景気動向に左右される構造になっている。とはいえ、日本を重視する姿勢に大きなかわりはなく、2015年1月に日豪経済連携協定（EPA）が発効されたことで、さらなるビジネス交流が期待される。

なお、長期にわたる経済成長の結果、豪州の所得や物価は、日本を大幅に上回る水準に達している。例えば、豪州の最低賃金は2016年7月の発表によると17.7豪ドル（約1,400円）とはるかに日本を上回っている。また、ミネラルウォーター（600ml）が3.5豪ドル（約280円）、シドニーの鉄道の初乗り運賃が3.38豪ドル（約270円）など、ほとんどの物価が日本を上回っている。

## 2. 政治・社会情勢

豪州では、英国女王を元首とする立憲君主制が維持されている。その下で連邦と州は対等な関係にあり、それぞれ立法・行政・司法の三権を握っている。

連邦議会は、自由党および国民党からなる保守連合と、労働党が二大勢力として拮抗する二大政党制による議員内閣制である。政権交代は多く、ここ数年でも複数回行われている。2010年6月に発足した豪州政権史上初となる女性首相のギラード政権（労働党）の後、2013年6月にラッド首相が首相の座に返り咲いた。その後、2013年9月に行われた下院総選挙において、野党保守連合（自由党・国民党）が与党である労働党に大勝し、自由党のアボット党首が首相の座に就いた。しかし、アボット首相の支持率の低迷を受け、2015年9月に自由党の党首を選出する臨時の連邦自由党両院議員総会が開かれた。その結果、ターンブル通信大臣（当時）が勝利し、第29代目の連邦首相に就任した。2016年7月2日に行われた両院総選挙では、野党の躍進により票数が拮抗したため、結果持ち越しの状態が数日にわたり続いたが、10日には保守連合（自由党・国民党）が過半数獲得の見込みとなり、勝利宣言を行った。2016年9月時点で、首相は、自由党党首であるターンブル首相、ビショップ自由党副党首はアボット首相時代から継続して外務大臣を務めている。

外交方針としては、米国との同盟関係を基軸とし、アジア太平洋およびインド洋地域を重視している。また、G20や国連、APECなどの多国間枠組みを活