

平成29年度 ドイツ市場プロモーション方針

<訪日者数>

・2016年:18.33万人(対前年比12.7%増) ※2016年訪日数2,404万人のうち約0.8%(訪日数第16位の市場)

<市場特徴と直近の状況>

・主な国外旅行シーズン:7~10月

※ただし、主な訪日シーズンは3~4月、10月

・人気の訪問国・地域(2015年):1位オーストリア、2位フランス、3位スペイン、4位イタリア、5位トルコ
(※日本は43位、シェア約0.18%)

・人気の日本の訪問地:ゴールデンルート、広島

<29年度プロモーション基本方針>

人口が分散し大都市が少ないことから、国内各地に効率的にプロモーションを行うべく、ウェブ広告等オンラインメディアの活用を強化する。海外旅行の計画・予約を行う時期である1月から3月に向けて欧州向け統一イメージ動画等を活用した日本観光の露出を集中的に増やす。インターネット上の旅行会社(OTA)や航空会社との共同広告等によるプロモーションを行い、人気のあるゴールデンルートや広島を中心に、ドイツからの訪日客が比較的少ない5月~6月及び12月~2月の訪日需要の底上げを図る。

<29年度の主な旅行博等(予定)>

1月中旬:CMT The Holiday Exhibition(シュツットガルト)、3月初旬:ITB Berlin(ベルリン)

<主要ターゲット>

①20~30代個人旅行層

訴求テーマ:

日本食、自然・景勝地

②40~50代団体旅行層

訴求テーマ:

旅館や日本食等、日本特有の文化体験

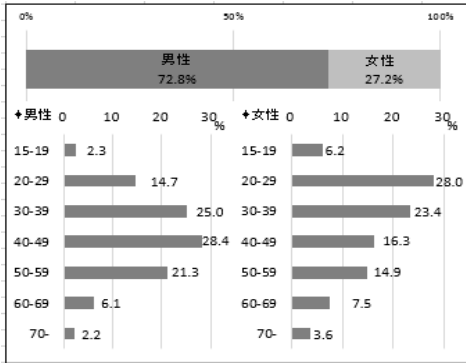
ドイツ市場の市場特性

- ・観光目的/業務目的割合: 観光・レジャー 39.7%、業務・その他 60.3%
- ※欧州平均(観光・レジャー 53.7%、ビジネス・その他 46.3%)、全市場平均(観光・レジャー 72.7%、ビジネス・その他 27.3%)
(以下は観光目的のみの数値)
- ・個人/団体割合: 個人 88.8%、団体 11.2% ※欧州平均(個人 92.1%、団体 7.9%)、全市場平均(個人74.0%、団体26.0%)
- ・リピーター率 : 32.2% ※欧州平均27.3%、全市場平均 55.1%
- ・平均宿泊数 : 14.2泊 ※欧州平均13.4泊、全市場平均6.0泊

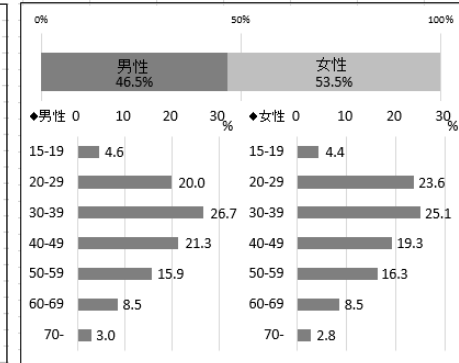
※出典: 2016年訪日外国人消費動向調査(平均値は国籍・地域別訪日外客数をウェイトとする加重平均)

性別年代割合

ドイツ

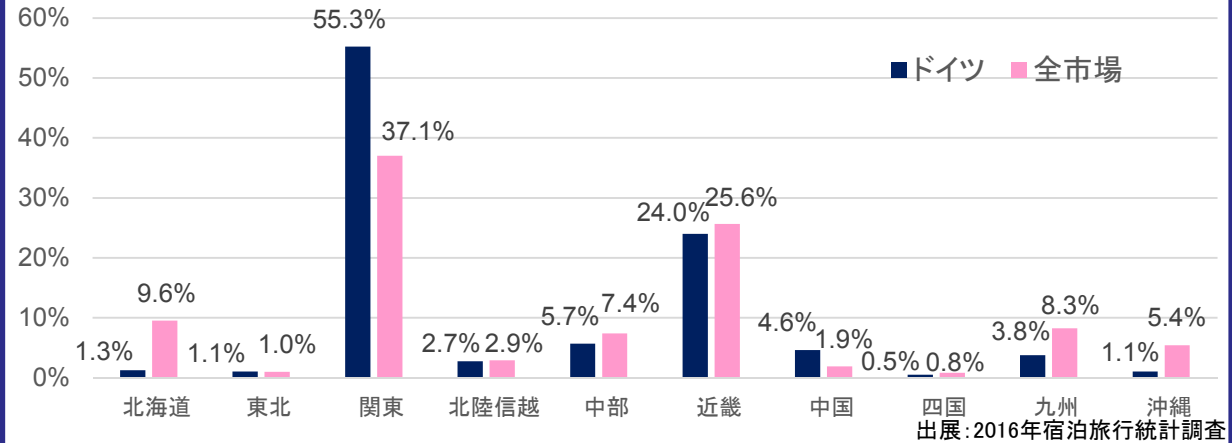


全市場



出展: 2015年法務省出入国管理統計

ブロック別外国人宿泊統計



出展: 2016年宿泊旅行統計調査

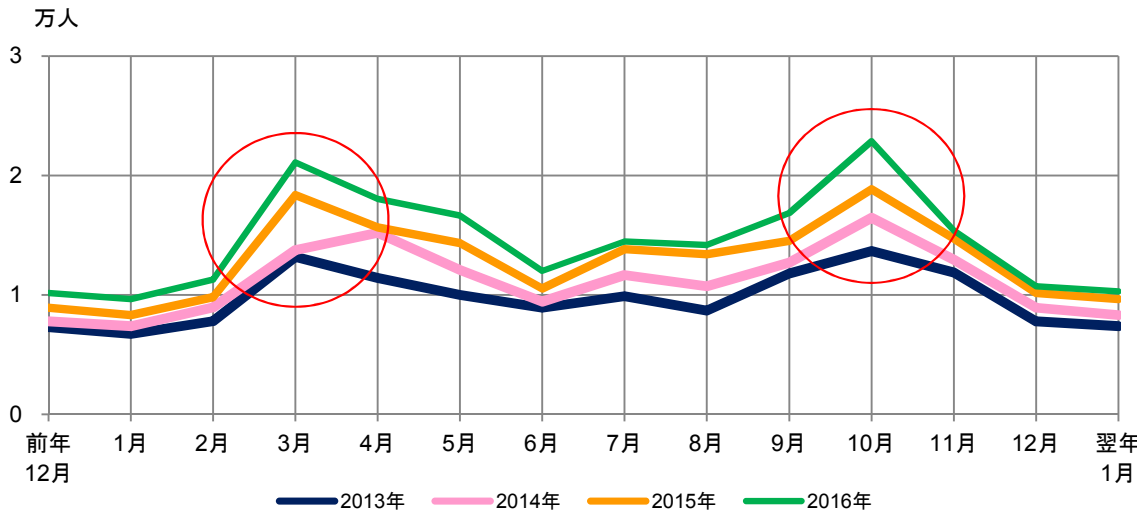
直行便の就航路線

<2017年夏期>

- NRT=DUS(週7便)
- NRT=FRA(週7便)
- HND=FRA(週21便)
- HND=MUC(週14便)
- KIX=FRA(週7便)
- NGO=FRA(週3便)

※2017年夏期スケジュール期首ダイヤに基づいて観光庁集計(2017年4月1日時点)

月別訪日数の推移



2017年の主な休暇

- ・冬期休暇
2月上旬～中旬(ヘッセン州はなし)
 - ・イースター休暇
3月中旬～4月中旬
(ヘッセン州: 4月3日～4月15日)
 - ・聖霊降臨祭休暇
5月下旬～6月上旬
(ヘッセン州はなし)
 - ・夏季休暇
6月末～9月中旬
(ヘッセン州: 7月3日～8月11日)
 - ・秋季休暇
10月初旬～11月上旬
(ヘッセン州: 10月9日～10月21日)
 - ・クリスマス休暇
12月20日過ぎ～1月上旬
(ヘッセン州: 12月24日～1月13日)
- ※休暇の期間は州により異なる。ヘッセン州はフランクフルト事務所所在地。