

平成29年度 スペイン市場 訪日プロモーション方針

<訪日数>

・2016年:9.18万人(対前年比19.0%増) ※2016年訪日数2,404万人のうち約0.4%(訪日数第20位)

<市場特性>

- ・主な国外(欧州外)旅行シーズン: 7~9月
※ただし、主な訪日旅行シーズンは、①7~10月 ②3~4月
- ・人気の訪問国・地域(2015年): 1位フランス、2位英国、3位イタリア、4位アンドラ、5位ポルトガル
(※日本は33位、シェア約0.34%)
- ・人気の日本の訪問地: ゴールデンルート

<29年度プロモーション基本方針>

訪日旅行のハイシーズン7月~10月及び第2ハイシーズン3-4月の計画・予約時期である3月~5月及び1月に向けて、人気の高いゴールデンルートや広島を中心に、日本観光の露出を集中的に増やし、旅行先としての認知度を高める。また、昨年約20年ぶりに直行便が就航したことを契機に共同広告等を行い、更なる訪日需要拡大を図る。さらに、日本が新婚旅行先として注目されていることから、ハネムーン層へのプロモーションにも取り組む。

<29年度の主な旅行博等(予定)>

1月: FITUR(マドリッド)

<主要ターゲット層>

①30~40代個人旅行層(FIT)

訴求テーマ

日本食、繁華街の街歩き

②ハネムーン層

【潜在ボリューム層】

訴求テーマ

プライベート感のある旅館や温泉

スペイン市場の市場特性

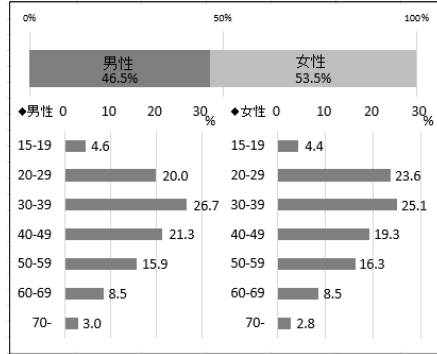
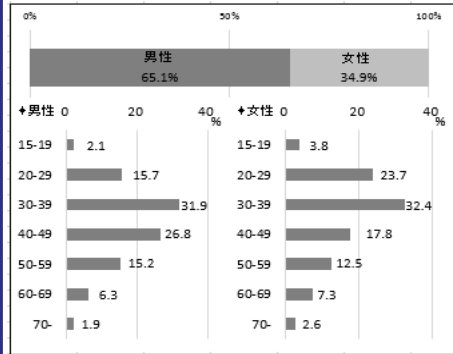
- ・観光目的/業務目的割合: 観光・レジャー 69.9%、業務・その他 30.1%
- ※欧州平均(観光・レジャー 53.7%、ビジネス・その他 46.3%)、全市場平均(観光・レジャー 72.7%、ビジネス・その他 27.3%)
(以下は観光目的のみの数値)
- ・個人/団体割合: 個人 93.3%、団体 6.7% ※欧州平均(個人 92.1%、団体 7.9%)、全市場平均(個人74.0%、団体26.0%)
- ・リピーター率 : 18.3% ※欧州平均27.3%、全市場平均 55.1%
- ・平均宿泊数 : 12.9泊 ※欧州平均13.4泊、全市場平均6.0泊

※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

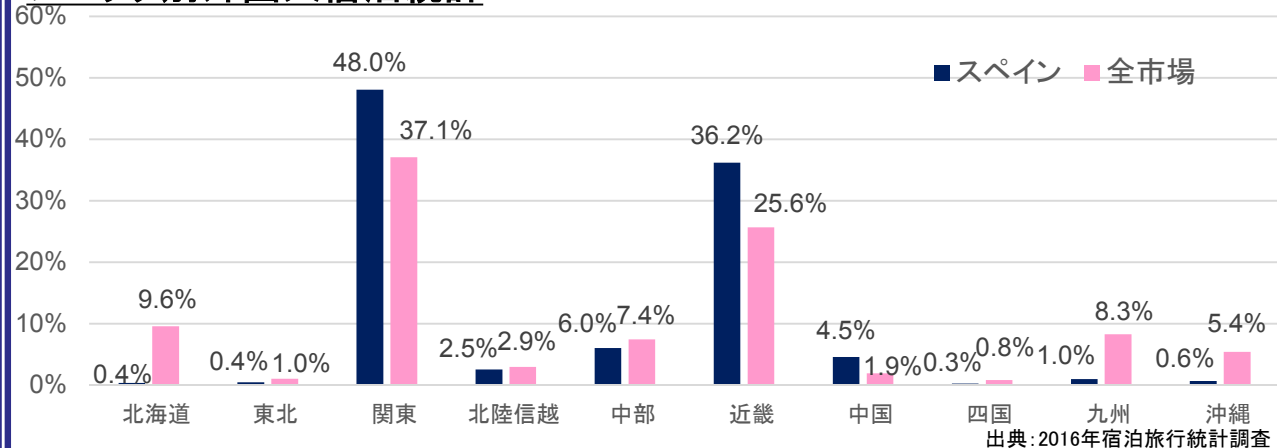
スペイン

全市場



出典: 2015年法務省出入国管理統計

ブロック別外国人宿泊統計



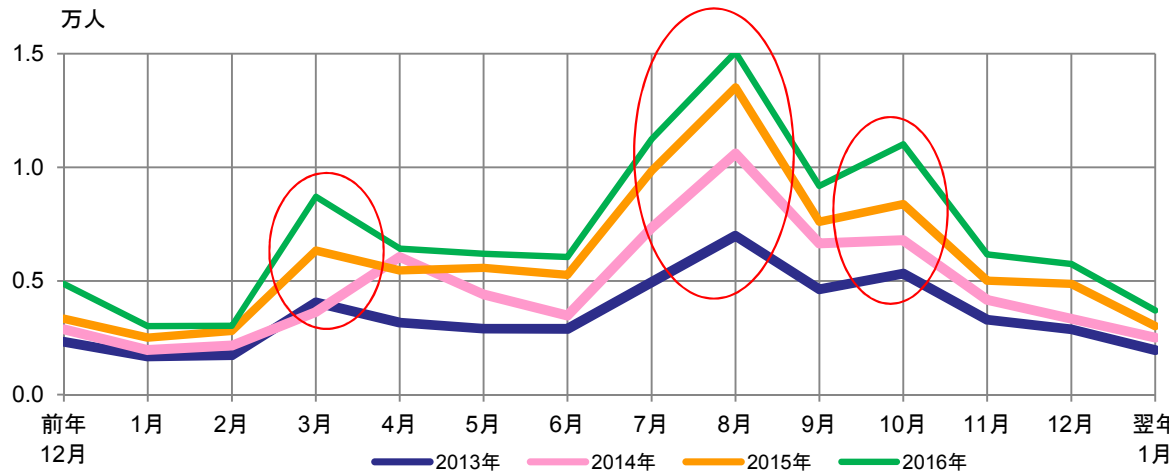
出典: 2016年宿泊旅行統計調査

直行便の就航路線

<2017年夏期>
成田=マドリッド(週3便)

※2017年夏期期首ダイヤに基づいて観光庁集計(2017年4月1日時点)

月別訪日数数の推移



2017年の主な休暇

- ・新年(1月1日(日))
- ・主顕節(1月6日(金))
- ・聖木曜日(4月13日(木))
- ・聖金曜日(4月14日(金))
- ・復活祭(4月16日(日))※17日(月)は振替休日
- ・メーデー(5月1日(月))
- ・聖母被昇天祭(8月15日(火))
- ・スペイン国家祝日(10月12日(木))
- ・全聖人の日(11月1日(水))
- ・憲法記念日(12月6日(水))
- ・聖母受胎(12月8日(金))
- ・クリスマス(12月25日(月))

- * 学校休暇
- ・イースター(復活祭前後10日間程度)
- ・夏期休暇 7月~8月
- ・クリスマス休暇 12月下旬~1月上旬の2週間