

1

新津事務局長の「耳より情報」

- 中国圏のホリデーシーズン到来 ・4月4日～6日清明節、5月1日～5日労働節
- JapanShoppingFestival(JSF)について ・JSFはじめての桜シーズンの開催・桜シーズンは年度の変わり目にあたり、キャンペーンの機会が難しいが、インバウンドのピーク時期でもあるため今回チャレンジ
- ・桜シーズン=桜を目当てにきている、ホリデーシーズンよりゲストの意欲が高いと感じている

2

月例会セミナー「観光庁補助金事業活用など全国のインバウンド取り組み事例」



インバウンドセミナー&交流会

JSTO月例会

2/15 (木) 10:00~11:00 会員限定

観光庁補助金事業活用など 全国のインバウンド取り組み事例

登壇 JSTO訪日市場
チーフアナリスト 神林 淳氏



1.直近のインバウンド回復実態

- ・訪日客数は2019年比で78.6%まで回復
- ・日本の外客水準は昨年10月以降に急回復。海外他国インバウンドに完全に追いついている
- ・コロナ後のリベンジ消費は訪日旅行者の消費単価を、2019年を1とすると、現在も1.28と現在も消費を維持
- ・欧米豪からのインバウンドが増えた印象があるが、12月、ヨーロッパからは2019年同月比を下回った。アメリカ・オーストラリアは120%でよく来日。中国は徐々に右肩上がり。
- ・昨年9月を2019年に比較すると、大都市圏の訪日ゲストが133%、地方部は91%。現状はまだそうではないが、地方部の回復の伸び幅は大きい。

2.日本のインバウンド方針

- ・人口減少を迎える日本では「観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札」
- ・インバウンド回復戦略

3.令和5年度観光庁事業 取り組み事例

- ・観光再始動プロジェクト
- ・百貨店×インバウンド
- ・インバウンドコンテンツ事業について

4.令和6年度観光庁事業 活用ポイント

- ・特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上
- ・キーワードは「早朝・夜間の活用」「非公開・未公開」「非混雑エリア」
- ・これから挑戦できるものと留意するポイント

5.事業に臨む大事な視点

- 【再定義】地域の売りは何なのか？ゲストの視点とのズレはないか？
- 【掘り起こす】地域の隠れたリソースをみんなで探す、外の目線で新たな魅力的なリソースを探す
- 【マネをしない】・日本初というフック
- 【まかせる】外部の有力プレイヤーと組む・その地域が好きの人、相性のよいブランド、コンテンツ
- 【やってみる】やったことは正しく分析すれば負でも財産・最後は球数

3

JSTOからのお知らせ

(1) JapanShoppingFestivalがいよいよ3/15からスタート 参加店募集中！詳細は下記URLから
<https://jsto.or.jp/news/info-240207/>

(2)JSTO定例スケジュール
月例会 毎月第3木曜10時～11時
メールマガジン発信 登録は下記URLから
<https://jsto.or.jp/magazine/>

- ①JSTOメルマガ・毎月1日発行
- ②おもてなし事業者メルマガ・毎月25日発行
- ③免税メルマガ・毎月5日発行

4

次回の月例会開催予告



インバウンドセミナー&交流会

JSTO月例会

3/21 (木) 10:00~11:00 会員限定

全国、JSTO各支部より インバウンド市場リレー報告

登壇：JSTO各支部担当者



申込・詳細は下記URLから
<https://jsto.or.jp/news/info-240321/>