

令和2年度 地域別海外誘客プロモーション計画

台湾



目次

- 台湾基礎データ(P2)
- 動日台湾人観光客の推移(P3)
- 訪沖台湾人観光客の推移(P4-5)
- 訪沖外国人観光客について-台湾市場(P6-11)
- 月別入域観光客数の推移(P12)
- 台湾人観光客の旅行シーズン(P13)
- 空路定期就航状況(P14)
- 訪沖台湾人観光客の推移(空路海路別)(P15)
- 台湾市場COVID-19状況(P16)
- PRポイント、活動の方向性、活動計画(P17-19)
- 令和2年度台湾市場プロモーションの方向性(P20)
- 令和2年度台湾市場プロモーション計画(P21)

台湾の基礎データ



人口	23,571,000人		
面	36,010km ² (日本の九州の98%弱の面積)		
首 都	台北市		
通 貨	台湾元(NTD)		
言語	中国語		
1人当たりのGDP	25,048USドル(2018年)		
年間出国者数	17,101,335人(2019年)		
訪日旅行者数	4,890,602人(2019年)		

※出典:日本政府観光局(JNTO) 訪日旅行データハンドブック2019年

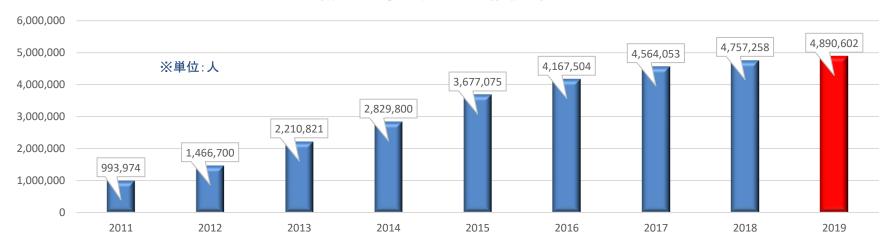
北台湾 (台北·新北·基隆·宜蘭·桃園·新竹)	約1026万人
中台湾 (台中·彰化·南投·苗栗·雲林)	約581万人
南台湾 (台南·嘉義·高雄·屏東·澎湖)	約601万人
東台湾 (花蓮・台東)	約55万人

訪日台湾人観光客の推移

暦年 データ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
人数(人	993,974	1,466,700	2,210,821	2,829,800	3,677,075	4,167,504	4,564,053	4,757,258	4,890,602
構成比 (%)	16	17.5	21.3	21.1	18.6	17.3	15.9	15.2	15.3
伸率(%)	-21.6	47.6	50.8	28	29.9	13.3	9.5	4.2	2.8

^{※2019}年(暦年)訪日外国人客数:31,882,049

訪日台湾人観光客の推移(暦年)

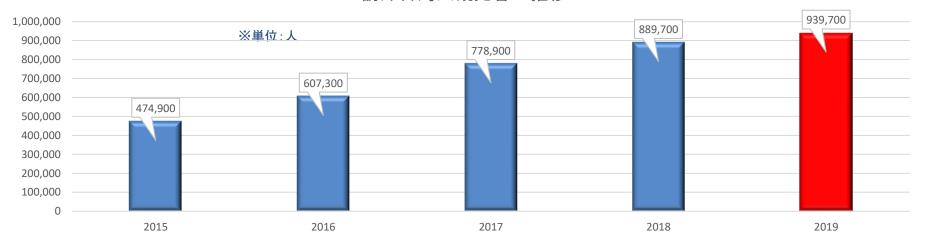


[※]構成比とは、訪日外国人観光客数全体に占める割合

訪沖台湾人観光客の推移 (暦年)

暦年 データ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
人数(人	113,000	140,600	235,600	344,100	474,900	607,300	778,900	889,700	939,700
構成比(%)	40.4	37.3	42.7	38.5	31.6	29.1	30.6	30.6	32
伸率(%)	-5.2	24.4	67.6	46.1	38	22	23	13.5	6
訪沖/訪日 (%)	11.3	9.6	10.7	12.2	12.9	14.5	17	18.7	19.2

訪沖台湾人観光客の推移



訪沖台湾人観光客の推移(年度)

年度 データ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
人数 (人		149,400	254,100	362,200	505,400	652,100	804,900	917,700	858,200
構成比 (%)	40.4	39	40.5	36.7	30.3	30.6	29.8	29.6	34.4%
伸率 (%)	-5.2	29.2	70.1	42.5	39.5	29	24.7	10.5	-7%
訪沖/ 訪日 (%)	11.6	10.1	11.5	12.8	13.7	15.6	17.6	19.2%	18%

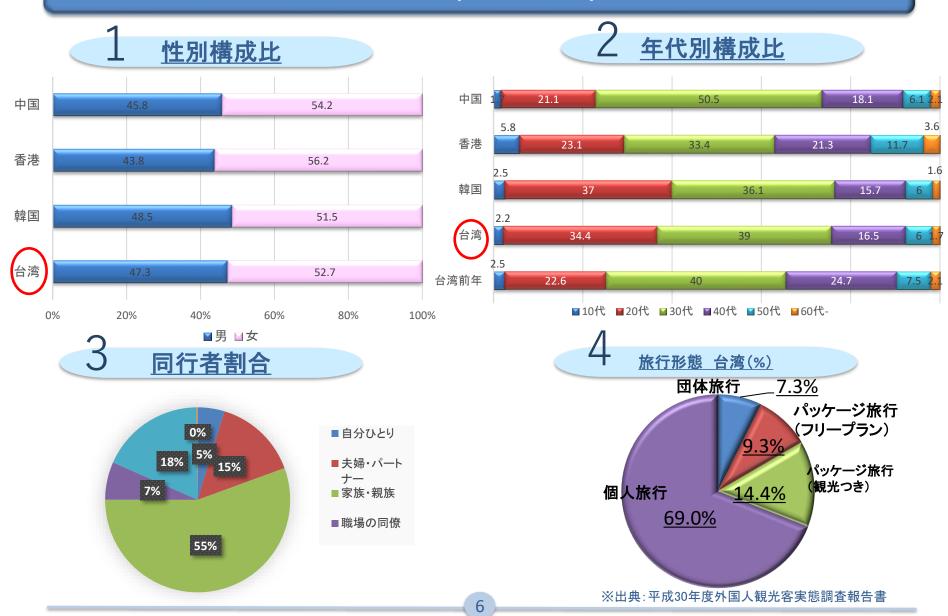
※2019年度 訪沖外国人客数:万人

※構成比とは、訪沖外国人観光客数全体に占める割合

※訪沖台湾人客数(年度)/訪日台湾人客数4,757,258(暦年)

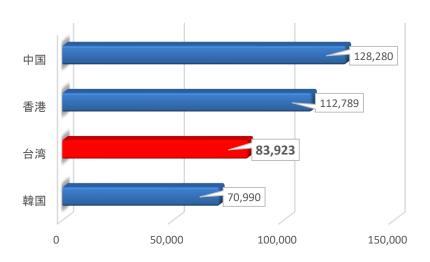
※出典: 県入域観光客統計概況







平成30年度 海外重点市場 県内平均消費額



県内平均消費額・宿泊数

旅行消費額 · 宿泊数

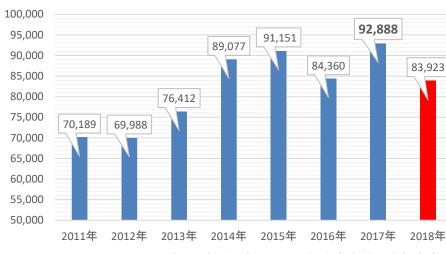
地域	平均消費額	平均宿泊 数	地域	平均消費 額	平均宿泊 数
韓国	70,990	3.16	韓国	78,084	3.2
台湾	83,923	3.69	台湾	127,579	3.7
香港	112,789	4.64	香港	154,581	5.6
中国	128,280	4.54	中国	224,870	6.1

2018年全国平均データ(JNTO調べ)

8

県内平均消費額の推移(台湾)

台湾人観光客県内消費額(単位:円)

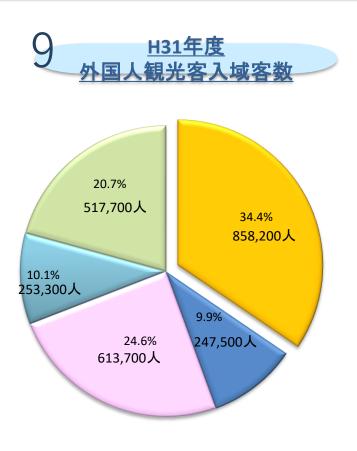


※出典: 平成30年度県外国人観光客実態調査報告書

中国、香港と比べると台湾人の消費額は若干低い。

宿泊滞在日数も3泊4日から4泊5日。台湾人は長期の休暇(欧米などによく見られるホリデー)を取る文化はほぼない。

また沖縄は近距離の旅行先としての意識があり長期で滞在することは少ない。

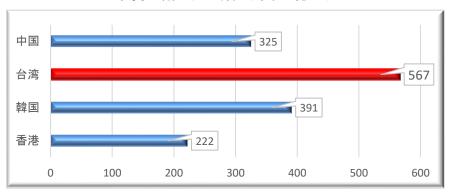


当台湾 ■韓国 □中国 ■香港 ■その他

外国人観光客入域客数合計

249万400人

<H30年度 観光収入額 (単位:億円)>



※出典: 平成30年度県外国人観光客実態調査報告書

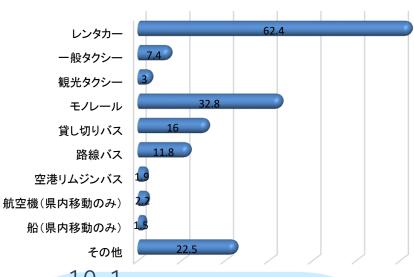
※観光収入は人数×消費単価で計算される。 H30年度の消費単価は90,119円(空路外国客)。

	全体	台湾
宿泊費	25,900	20,817
県内交通費	11,394	10,867
土産買物費	25,145	25,568
飲食費	20,824	20,012
娯楽入場費	6,216	6,202
その他	4	2
消費額計	89,483	83,468

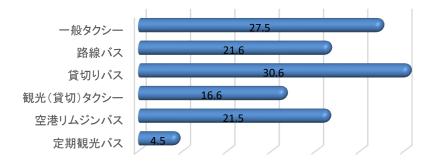
※出典: 平成30年度県外国人観光客実態調査報告書

台湾は旅行客国籍別の割合で最も高く34.4%を占める。本島では宿宿泊費を抑え、土産品や買い物に消費している傾向がある。

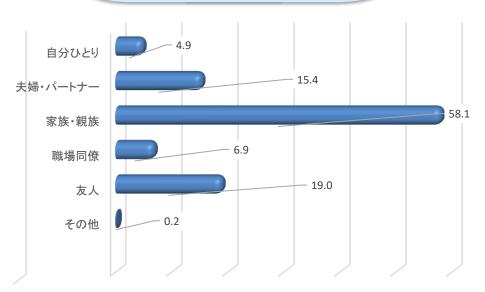
10 交通手段 (%)



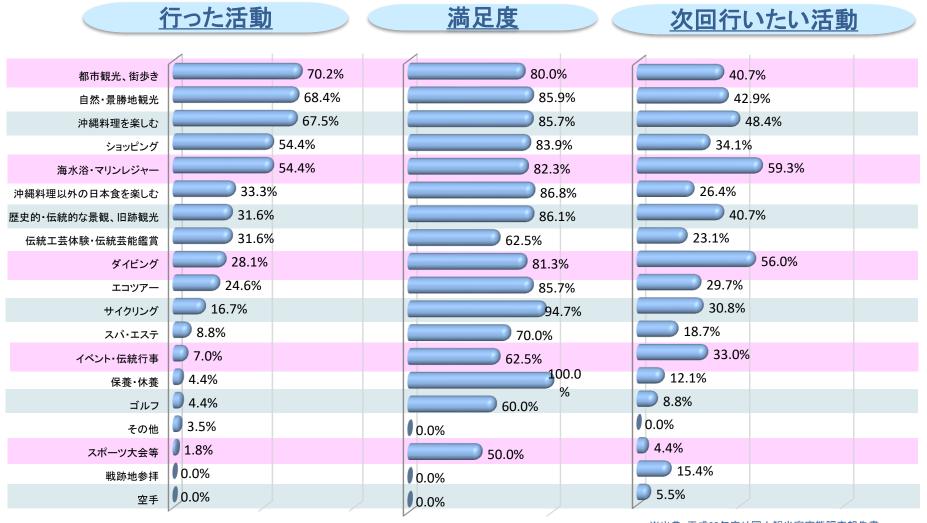




11 同行者(%)



- 台湾人観光客はFITの比率が高く、レンタカーを 交通手段とすることも多い。日本国内の観光客 とほぼ同じ行動傾向にある。
- 家族・親族の割合が高く、3世代で旅行すること もある。



月別入域観光客数の推移(H26~H31-R1)





11月以降がボトム期 →継続的な課題↓ 冬季の需要拡大(キャ ンプ、トレッキング、エ コツアー)

- ウエディング、スポーツイベント(プロスポーツキャンプ目的含む)、キャンプ、ナイトイベント等テーマを目的にした訪沖旅行の強化
- ラグジュアリー層へのアプローチ
- 女子旅、離島旅、トレッキングツアー、キャンプ等、また季節に合わせたプロモーション等、国内プロモーションと同様のコンテンツの浸透強化

台湾人観光客旅行シーズン

2020年祝祭日(元旦と3連休以上のみ)

休日	日数	期間
元旦	1日	2020/1/1
春節	7日	1/23-1/29
二二八 和平記念日	3日	2/28-3/1
清明節	4日	4/3-4/6
端午節	4日	6/25-6/28
中秋節	4日	10/1-10/4
国慶日	3日	10/9-10/11
2021元日	3日	1/1-1/3
2021春節	6日	2/11-2/16

※出典:台湾貿易センターサイトを基に作成

旅行のピークとボトム

2つの山

- · 中秋節
- · 春節

2つの谷

- · 中秋節後
- · 春節後

※暦年のデータによるピークとボトム期間も同様

7月~8月

教育機関が休みとなる7-8月の時期は学生 や親子による旅のシーズン 台湾の入学時期は9月

空路定期就航状況



※令和2年8月現在

台北-那覇: 週63便 / 台中-那覇: 週6便 / 高雄-那覇: 週18便 / 台北-石垣: 週2便

計:4路線 週87便 (令和元年度データ)

令和元年度 空路実績 2 年間座席提供数:801,758席 空路実績 3 年間搭乗者数:652,165人

訪沖台湾人観光客の推移(空路海路別)年度データ



今後台湾 市場向け に必要な 取り組み

定期便の搭乗率最大化



離島への定期便新規就航及び 定着化



高雄・台中路線の安定化、直行便 の周知

台湾市場 COVID-19 状況 (2020.8月現在)

市場	渡航制限 (海外→日本)	渡航制限 (日本→海外)	市場状況
台湾	上陸申請日前14日以 内に146の国・地域 に滞在歴のある <u>外国</u> 人等については、「特 段の事情」がない限 り、上陸を拒否。	台湾の書を表示では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一次では、 一の	・感染状況:抑え込み成功(感染者500人未満) ・政府の措置:防疫対策、水際対策の徹底。各主交通機関では使用時マスクの着用を義務付け。観光業の回復へ向け台湾国内向けに日本のGo toキャンペーンにあたる三倍振興券を配布し需要の回復を目指す。 ・経済活動:90%回復。台湾行政院主計総処では2020年通年の実質GDP成長率を1.67%と予測。 ・旅行需要:すでに国内旅行は回復傾向にある。特に台湾の離島旅行への人気が高い。台湾国内では離島へ向けたクルーズ船を使用した商品も販売。

令和2年度 台湾市場PRのポイント

- ・コロナ後、三密を避けたニューノーマルな旅行需要が伸びる! →キャンプ旅/ダイビングなどの自然アクティビティ体験でストレスフリーな旅を!
- ・ターゲット:①三密を避けたニューノーマルな旅行を好む層、 キャンプ旅/アクティビティ旅(三密を避けた旅行形態) ②訪沖リピーター層(女子旅、母娘旅、家族旅)
- ・「安全安心な沖縄旅の魅力」を広く発信
 - ⇒メディアおよびSNS等を活用して、三密を避けたニューノーマルな旅 (キャンプ旅/アクティビティ)を紹介!
- ・高付加価値旅行の紹介
 - ⇒消費単価向上を目的にハイクオリティホテルの紹介
- ・安心を求めて個人手配より旅行社手配のニーズが高まると予測。旅行社アプローチ を継続。

令和2年度 台湾市場 活動の方向性

フェーズ1 県内、国内 外で渡航移 動規制あり

フェーズ2 (<mark>県内旅行需要喚起)</mark> 国内外で渡航移 動規制あり フェーズ3 (国内旅行需要喚起) 日本及び相手国で国内旅行再 開。海外で渡航移動規制が段 階的に解除 フェーズ4 (海外旅行需要喚起) 海外渡航移動規制なし。観光客の入 国制限が解除され、インバウンドの受 入環境が整った状態。

各市場の動向の正確な把握

- ①沖縄ファンに向けたSNS等による継続的な情報発信
- ②ウェビナー,E-learning等を通じたBtoB向けの情報発信

↑↑今できるここを強化↑↑ 及びフェーズ3、 フェーズ4に向けた準備

- ③安心・安全の情報発信
- ④コロナによるトレンド変化を踏まえた商品の造成支援
- ⑤コロナによるトレンド変化を踏まえた訪沖旅行の イメージ訴求

当面海外からの招聘、海外イベント参加、旅行会社・航空会社連携等は困難。

国内在メディアの活用、国内在住者向けPR、オンライン商談会などを検討。

誘客PR ⑦旅行会社、メディア・ インフルセンサー招聘

⑥旅行会社・航空会社との

(参考)JNTOにおける情報発信・PRの段階的な拡大(ロードマップ)

令和2年度 台湾市場 活動計画

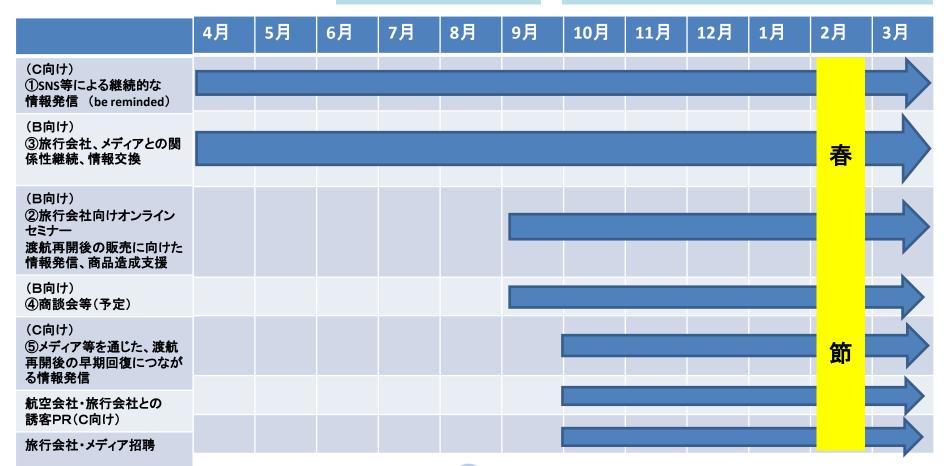
フェーズ1 県内、国内外で 渡航移動規制あり フェーズ2 (<mark>県内旅行需要喚起)</mark> 国内外で 渡航移動規制あり フェーズ4はいつから実施できるか不透明。 ビジネス客→留学生→観光客の順で 入国規制緩和を予測。



フェーズ3

(国内旅行需要喚起) 日本及び相手国で国内旅行再開。 海外で渡航移動規制あり フェーズ4 (海外旅行需要喚起)

海外渡航移動規制なし。観光客の入国制限が解除され、インバウンド の受入環境が整った状態。



19

令和2年度 台湾市場プロモーションの方向性

プロモーションテーマ設 定



親子旅、女子旅

体験コンテンツ, トレッキング、 アウトドア、キャンプ

スポーツ・ウエディング

平準化と質の向上

離島•本島北部誘客

ボトム期の底上げ



ブランディング化の推進

プロモーションの転換



ライフタイムバリュー への誘導 物産との連携

物産ともあわせた 旅のPR



美食・素食・ベジタリアン向け の情報収集・発信。

県産食材を使う施設等の紹介。

令和2年度台湾市場 プロモーション計画

タイアップ 旅行博 通年事業 招聘事業 4-6月 ・ デジタル情報発信 •SNS •OTA、コンテンツ販売サイト •その他 • 本島北部、離島への分散化、女 子旅、親子旅の需要喚起プロ 7-9月 • SNSプロモーション モーション • 高付加価値・高単価旅行商品造 成促進 • リピーター向けの体験商品、OTA とのタイアップ ITF2020台北国際旅行博 • 国内在住KOL招聘 10-12月 ・ リカバリープロモーション実施 • SNSプロモーション • OTA連携プロモーション 国内在住KOL招聘 • 航空会社広告タイアップ