

<地球の歩き方 調査レポート>

2021.5

コロナ禍における在日海外政府観光局・機関の活動・意識調査を実施。

現在の活動状況、今後活動再開を検討開始するタイミング、
2021年度の活動予定は？

旅行ガイドブック『地球の歩き方』を発行する株式会社地球の歩き方(本社:東京都品川区)は、コロナ禍において過去3回、旅行者の意識調査を実施してきました。今回は日本で自国への誘客プロモーションを展開している政府観光局・機関の方々に「コロナ禍における意識・活動調査」を2021年3月下旬~4月上旬に実施。49団体の方々から回答をいただきました。

<調査結果の主なポイント>

- ・約半数の団体が活動を縮小して行っており、通常通りは約2割。一方、活動休止も約2割。
 - ・「現地の感染状況や最新状況などをSNS、メルマガ、ホームページなどで発信」と「BtoB 旅行業界向けセミナーの実施、企画提案」が主たる活動内容。
 - ・2021年4月以降、8割以上の団体が活動を継続する。
 - ・本格的な活動再開の判断は、「本国・本局の指示」によるが、その時期としては2021年7-9月、10-12月の順で想定している。
 - ・2021年中の主な活動予定は、「Web サイト、紙媒体(パンフレットなど)、SNSなどの情報整備」、「消費者に旅先として再認知してもらう/コロナ後の新しい魅力の情報発信」。
 - ・再開後は個人旅行(レジャー)、20, 30, 40代の女性を主たるターゲットとして、あまり費用をかけずに情報発信していく。
- これからの情報発信のテーマ
- ・「安全・安心・クリーンなデスティネーションであること」、「アウトドアでのアクティビティや自然、ウェルネス、環境、サステナビリティ」。
- 旅行会社・旅行メディアへの要望
- ・「海外の露出をより多く」、「日本人が”海外旅行”に対して再び関心を持つ機運を高めること」、「コロナ対策をしっかり行って旅行を再び楽しむ」など、海外・旅行に関するポジティブな情報発信。

アンケート実施期間:2021年3月25日~2021年4月2日

政府観光局・機関の方々に告知、フォーム(選択式、自由記入)による回答。

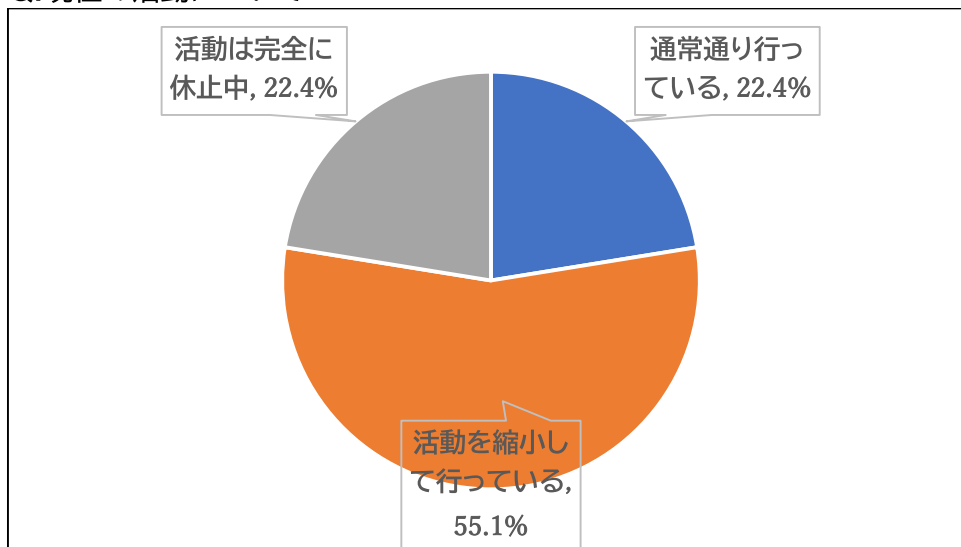
回答者数:49団体

1.2021年3月現在の活動について

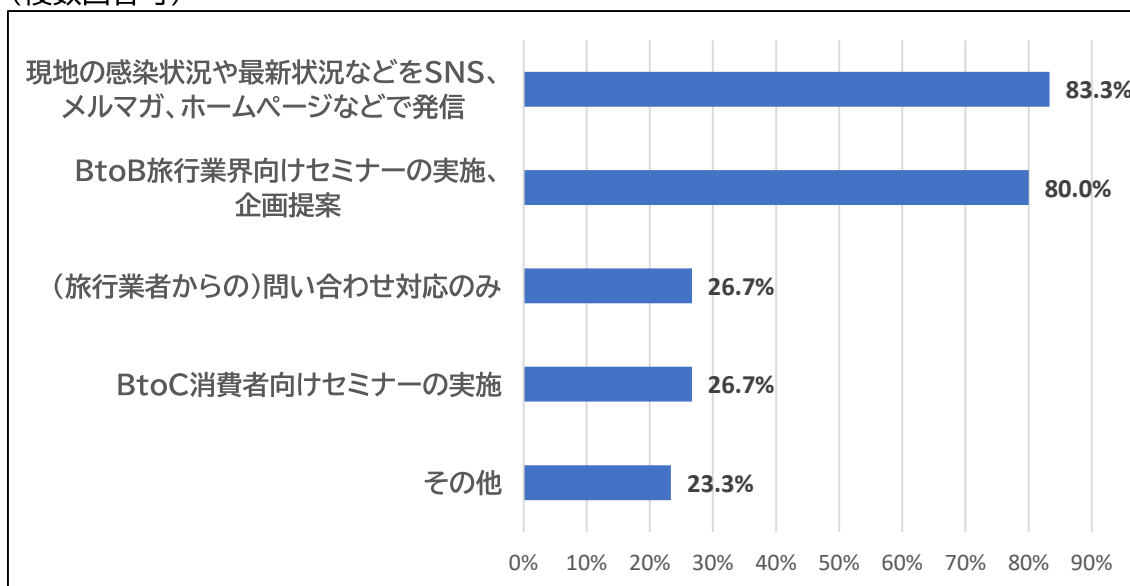
●半数を超える団体が「活動を縮小して行っている」。
 「通常通り」活動を行っている約2割、一方「完全に休止中」も約2割となった。

「活動を縮小して行っている」団体の活動内容を聞いたところ、
 「現地の感染状況や最新状況などをSNS、メルマガ、ホームページなどで発信」83.8%、
 「BtoB 旅行業界向けセミナーの実施、企画提案」が80.0%とこの二つが主たる活動内容となった。また「BtoC 向けのセミナーを行っている」(旅行会社経由など)も2割強。

Q.現在の活動について



Q.「活動を縮小して行っている」を選択された方は、現在の活動内容について (複数回答可)

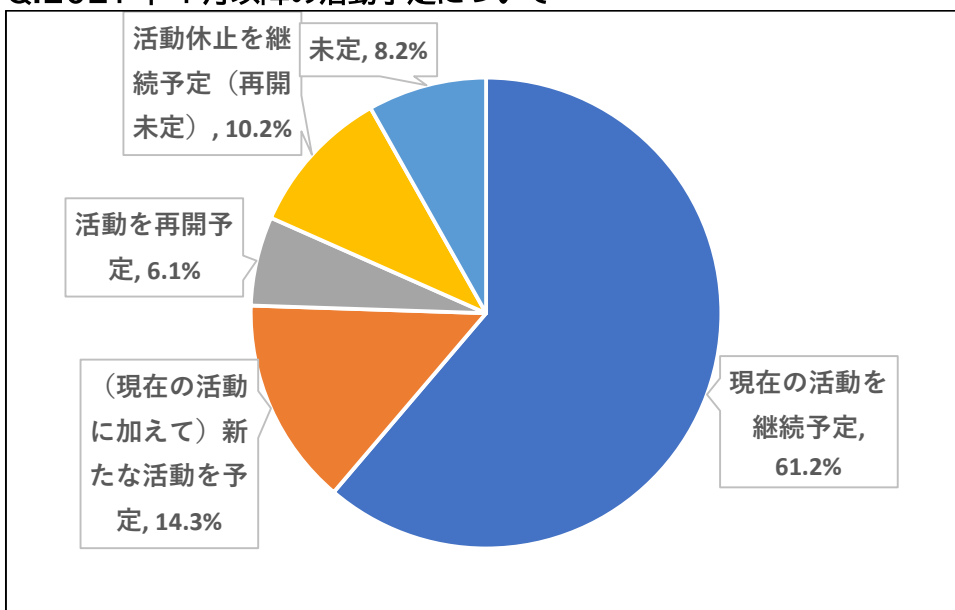


2.2021年4月以降の活動について

●「現在の活動を継続する」が61.2%と過半を占め、さらに現在の活動に加え「新しい活動を予定」が14.3%と積極的な活動を始動するところも出始めた。

さらに「活動を再開予定」も6.1%となり、全体では80%以上の団体が活動を予定している。

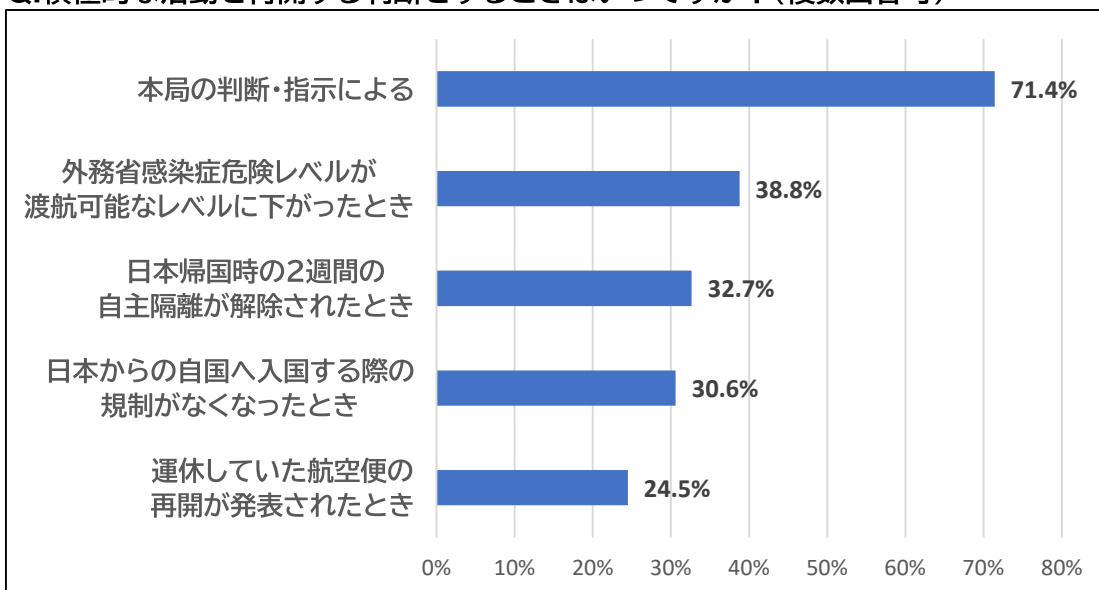
Q.2021年4月以降の活動予定について



3.積極的な活動再開の判断時期について

●「本国・本局の判断による」が71.4%と最も多く、次に「外務省感染症危険レベルが渡航可能なレベルに下がったとき」38.8%、「日本帰国時の2週間の自主隔離が解除されたとき」32.7%。以下「日本からの自国へ入国する際の規制がなくなったとき」、「運休していた航空便の再開が発表されたとき」と続く。

Q.積極的な活動を再開する判断をするときはいつですか？(複数回答可)

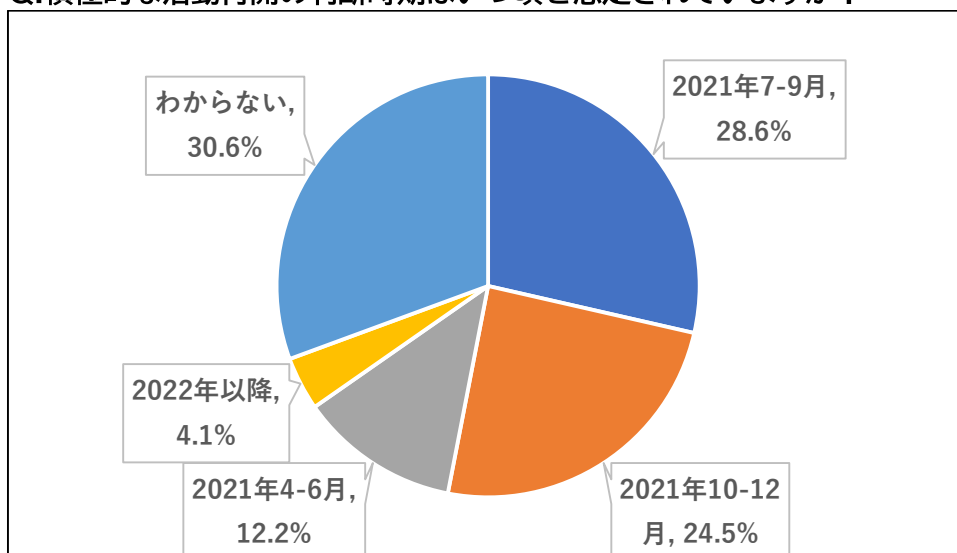


3-2. 積極的な活動再開判断の具体的なタイミング？

●2021年7-9月が28.6%、次いで同年10-12月が24.5%、同年4-6月が12.2%となり、夏に開催が予定されているオリンピック・パラリンピックが再開判断のきっかけになるのでは、と期待している。

また、「わからない」も3割近い回答があり、判断時期の難しさが伺える。

Q. 積極的な活動再開の判断時期はいつ頃を想定されていますか？

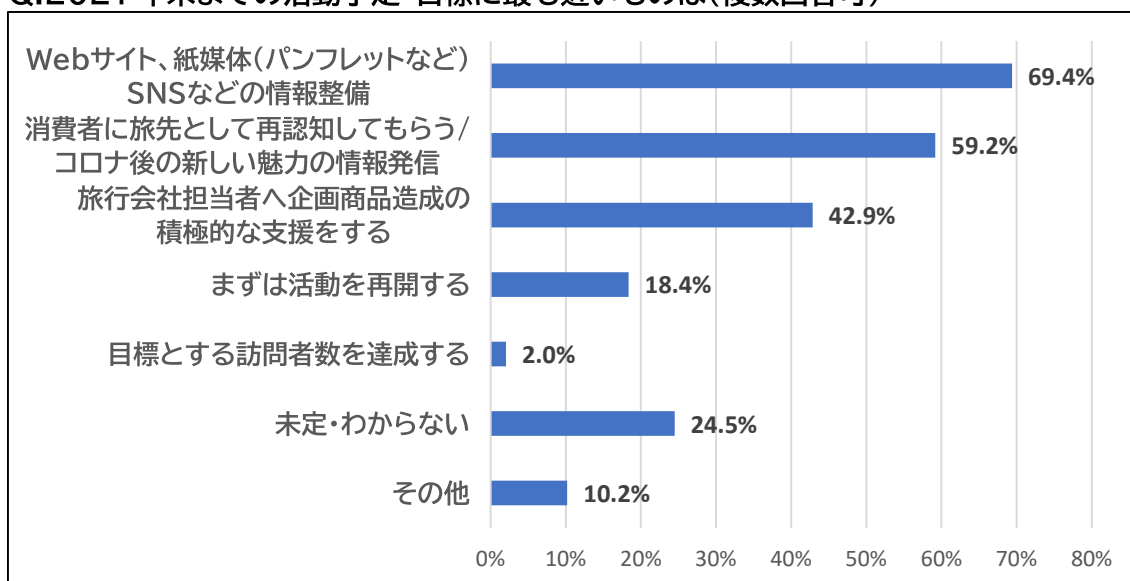


4. 2021年末までの活動予定・目標について

●「Webサイト、紙媒体(パンフレットなど)、SNSなどの情報整備」69.4%、「消費者に旅先として再認知してもらう/コロナ後の新しい魅力の情報発信」59.2%とこの2つが主たる活動予定・目標。

以下、「旅行会社担当者へ企画商品造成の積極的な支援をする」42.9%と続く。

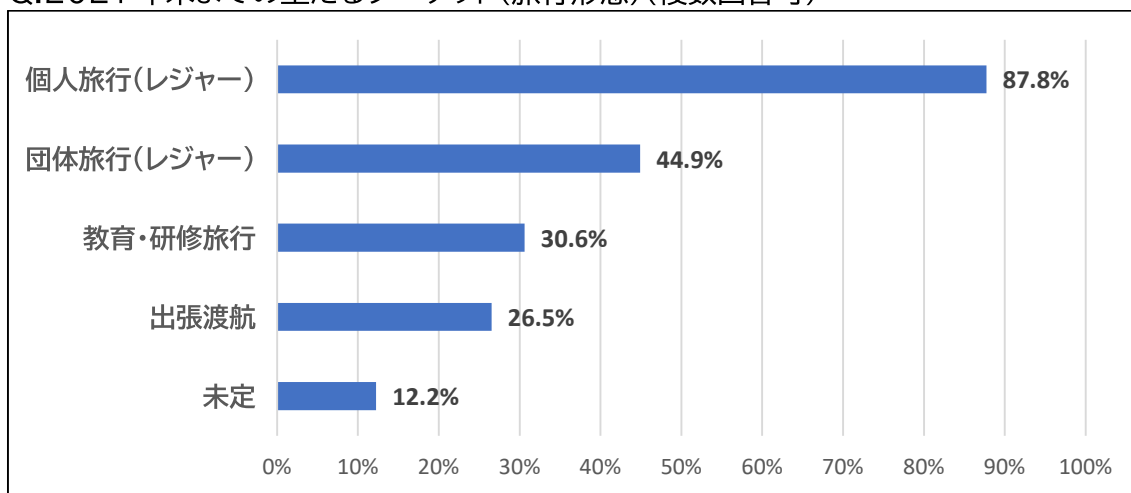
Q. 2021年末までの活動予定・目標に最も近いものは(複数回答可)



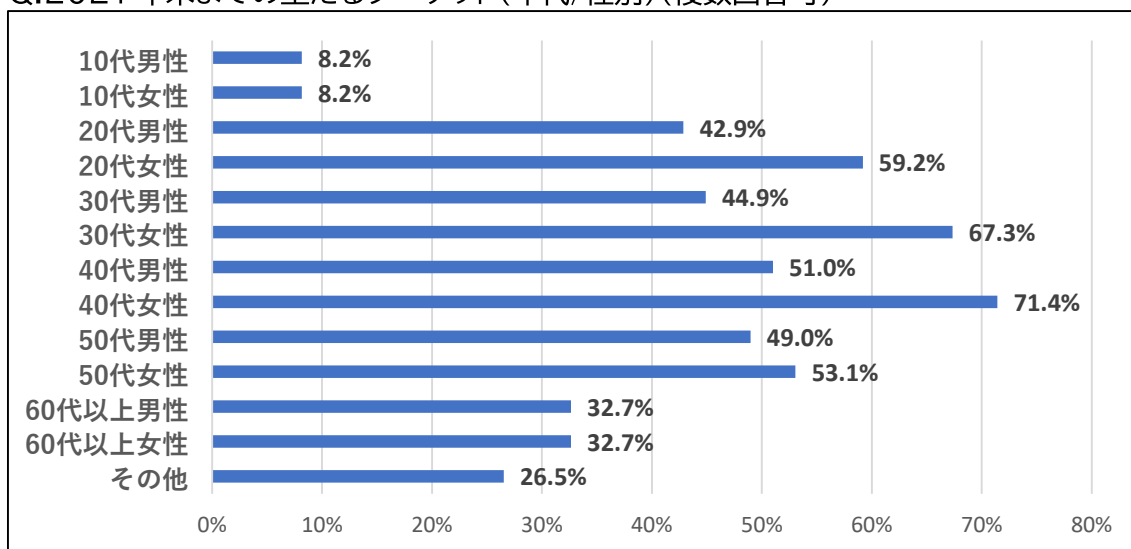
4-2. 2021 年末までの主たるターゲット

●ターゲット(旅行形態、年齢層)は、「レジャー(個人)」87.8%、「レジャー(団体)」44.9%、「教育・研修」30.6%、「出張」26.5%となった。
 年齢層としては、これまでとてもアクティブだった 20 代、30 代、40 代の女性を主力ターゲットに置くところが多い。

Q.2021 年末までの主たるターゲット(旅行形態)(複数回答可)



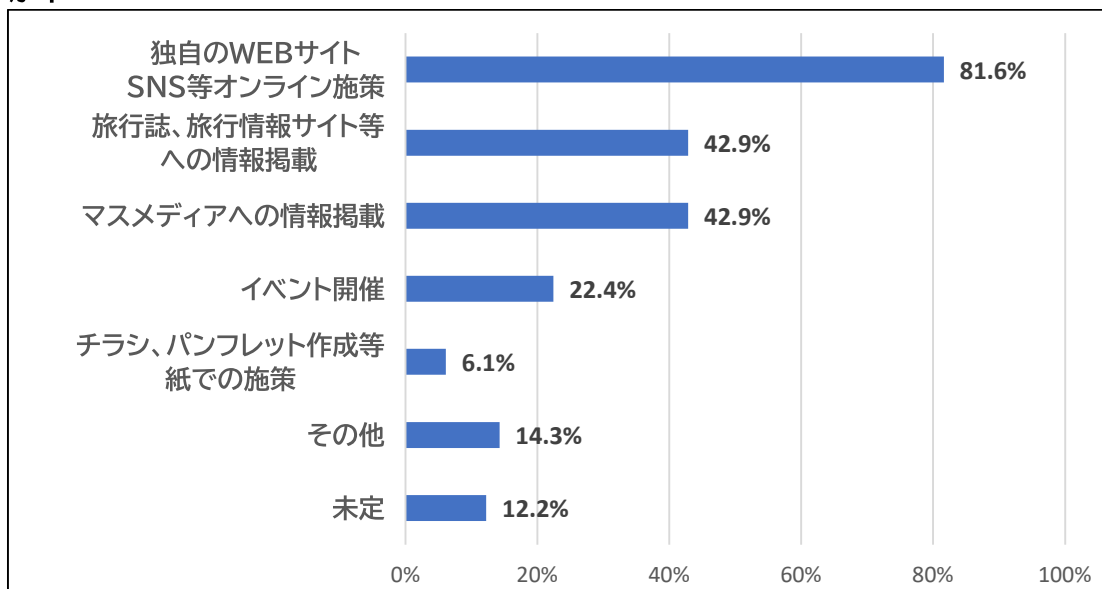
Q.2021 年末までの主たるターゲット(年代/性別)(複数回答可)



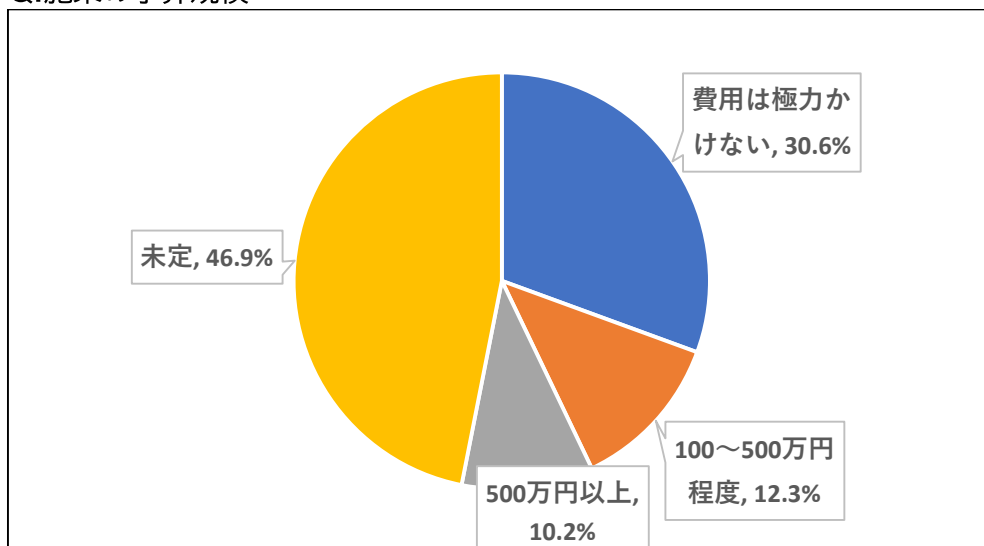
4-3.2021 年末までの活動予定・目標達成のための手法や施策

●「独自のWEB サイト、SNS 等オンライン施策」が 81.6%とも高く、以下、「旅行誌、旅行情報サイト等への情報掲載」、「マスメディアへの情報掲載」が続く。
 予算については、「未定」が 46.9%、「費用は極力かけない」が 30.6%となり、自団体・機関の情報発信ツール使い、費用をあまりかけずに発信していく傾向となっている。

Q.上記活動予定・目標実現にあたって、どのような手法・施策(複数選択可)をお考えですか？



Q.施策の予算規模



5. 積極的な活動再開時の主たる誘客促進テーマや活動内容について

●各政府観光局・機関とも「海外旅行再開後に最初の旅行先として選ばれる」ことを望んでいます。

テーマとして多く挙げられたのが、「安全・安心・クリーンなデスティネーションであること」や「アウトドアでのアクティビティや自然、ウェルネス、環境、サステナビリティ」、といったように「現地でのコロナ感染症対策をしっかりと伝え、旅行者が安心・安全に旅ができること」や「自然、環境を感じられること」を打ち出していくこと。

また、各国の「食、芸術、文化」を伝えていく、との回答も多くみられた。

6. 海外への渡航者回復のために、旅行会社、旅行メディア等に対して期待することは？

●1年以上も海外への旅行ができない時間が続き、「旅行者のパスポート所有率や、海外旅行への意欲・意識が下がってしまうこと」が共通の懸念事項。

これに対して、「海外の露出を高め、旅行する気運をつくること」、「日本人が”海外旅行”に対して再び関心を持つ機運を高めること」、「コロナ対策をしっかりと行って旅行を再び楽しむ」、というポジティブな情報を発信していくこと。

これらが旅行会社、旅行メディアなど旅行業界全体を上げた活動に求められている。

「海外旅行再開後を盛り上げるためにも、この間にどれだけの種まきができるかが鍵となる」との熱い期待のメッセージが多く寄せられた。

<おわりに>

2019年には2000万人を超えていた海外旅行者数。海外への旅行が普通にできなくなってから、早1年が過ぎました。

旅行者は、これまでの三回の調査でも「14日間の自己隔離」と「渡航したい国・エリアでの入国制限」がなくならないと海外旅行の検討に入れない、という意識が定着しています。

また、「受け入れる国がどう対策をしているのかを調べて旅行したい」、「旅先でアジア人への差別が心配」などの不安を解消するため情報収集をしっかりと旅したいという意向も多く見られています。

今回は政府観光局・機関の活動の現状や内容について調査をいたしました。

海外旅行が1年に渡り停止している厳しい状況のなか、予算をかけずに自国・地域の魅力発信を継続されている団体が多くいらっしゃいます。

安心・安全なデスティネーションであることを軸に各国・地域の魅力を伝えること。

同時に旅の良さ、旅が人生に充実感をもたらすものであることを再認識してもらえよう、消費者に「旅する気持ち」を持ち続けてもらえる情報発信を、業界全体をあげて、継続しておこなっていくことが求められていると考えます。

一日も早い国際観光が再開することを心より願っています。

●本件についてのお問い合わせ、調査結果の利用に関しては
株式会社地球の歩き方 旅行マーケティング部 半田、曾我、中村
Tel:03-6431-1008
Mail:Contact_ad@arukikata.co.jp