

【2018年訪日外国人の年間動向と2019年の予測 vol.3】「さくら」がもたらす観光需要
さくらの季節に訪日が多い国は？

アウンコンサルティング株式会社(東証二部:2459、本社:東京都文京区、代表取締役:信太明、以下アウンコンサルティング)は、アジア9拠点で、マーケティング(SEM(検索エンジンマーケティングサービス、インターネット広告など)、アセットなどのグローバルコンサルティングを展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2018年6月より21期目を迎えています。

この度、各国の訪日数や検索数に基づき桜の季節(4月)の訪日トレンドについて調査いたしました。

「さくら」の季節に訪日客数がピークを迎える国は？

■台湾・東南アジアの訪日ピークはさくらツアーのある4月

桜の季節(4月)に最も訪日客数の多い国について、訪日外国人観光客の中でも割合の多いアジア、これからのターゲットとなってくる欧米、オセアニア圏、ヨーロッパ圏について調査いたしました。

その結果、4月に訪日客数が最も多いのは、タイやフィリピンなどの東南アジアを含む以下の6カ国でした。

2018年 訪日客数

最も多い 最も少ない

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
総数	2,501,409	2,509,297	2,607,956	2,900,718	2,675,052	2,704,631	2,832,040	2,578,021	2,159,595	2,640,610	2,450,751	2,631,800
台湾	350,522	400,858	387,338	470,042	440,109	456,895	460,473	394,551	329,142	379,633	351,905	335,800
タイ	82,592	82,017	116,213	148,647	103,554	73,642	74,402	47,507	54,422	117,949	102,911	128,300
フィリピン	31,706	27,499	56,103	63,893	59,016	37,354	28,965	24,714	24,779	47,316	46,965	55,700
ベトナム	27,703	23,366	35,235	50,299	28,172	29,476	33,492	34,229	29,270	39,421	33,986	24,400
インド	11,338	7,869	13,832	17,713	17,271	12,485	12,429	10,509	13,310	13,736	13,265	10,300
フランス	14,602	16,252	25,332	44,047	29,583	19,381	33,255	28,195	20,143	34,320	22,058	17,700

出典: JNTO 月別・年別統計データ(訪日外国人・出国日本人)を参考にアウンコンサルティングで加工

■各国の祝日や学校制度も要因の一つ

台湾では4月に清明節と児童節という祝日があり、2018年は土日を合わせて4月4日~8日までの連休、タイは4月13日~16日までソンクラーンと呼ばれるタイの正月で、休日を合わせ、4月12日~16日が連休でした。

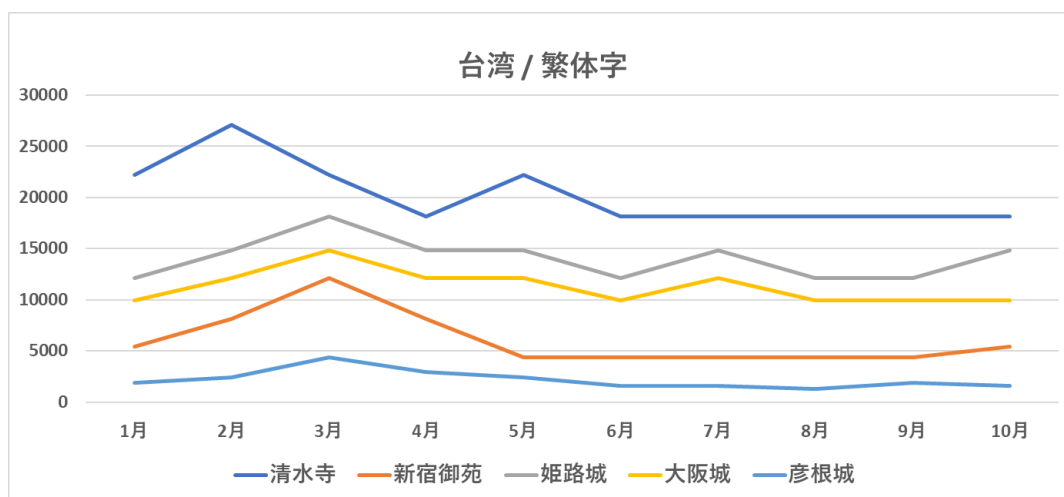
また、フィリピンでは学校休暇が4月上旬~6月上旬です。特に東南アジアの人たちは家族との時間を大切にする文化があり、海外旅行に家族で行くことが多く、このような文化や休暇制度も訪日客数を後押ししている要因として考えられます。

検索数から見る、関心が高い「さくら」観光地は？

■2月～3月に桜を楽しめる観光地の関心度が高くなる

調査した中で比較的検索数データの多い「台湾」について、桜を見ることができる観光地の中で年間の平均検索数と比較して1月～3月の検索数が大きいものを以下にまとめました。検索数のボリュームにバラつきはあるものの、3月に検索数のピークを迎える観光地が多く、関心が高いことが分かります。

なお、同様にフィリピンは「姫路城(3月:1,600/年間平均:1,290)」、「清水寺(1月、2月:1,600/年間平均:1,290)」、「上野動物公園(3月:720/年間平均:552)」、ベトナムでは「清水寺(3月:590/年間平均:383)」と、1月～3月にさくらに関する観光地の検索数が高くなることが分かりました。



特に東南アジアでは、日本ほど四季がはっきりしておらず、雪や桜など本国では味わうことのできない景色を求めて、海外へ行く人が多いといわれています。また、SNS の普及によって主要観光地のみならず、地方の観光地についても世界に向けて情報発信を行うことができるようになり、自然がもたらす観光資源を有効的に活用することで、地方誘致の可能性が広がってきています。

今後もインバウンド領域における検索市場からみなさまに有益な情報をお伝えできるよう努めてまいります。

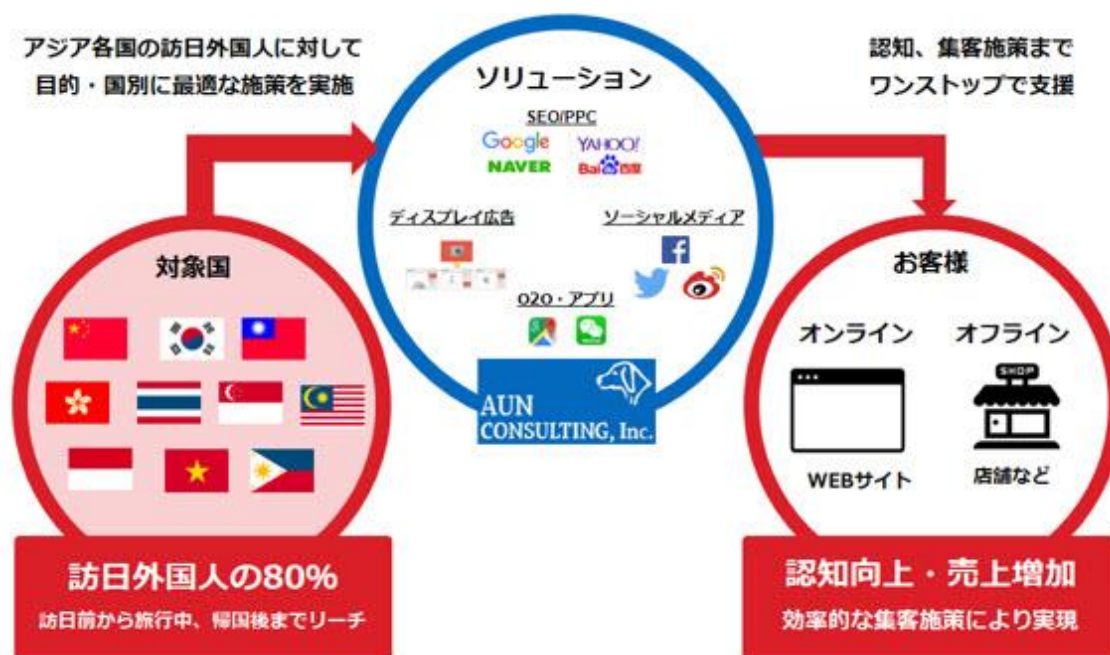
この記事のリンクを共有する



■アウンコンサルティングのインバウンドマーケティングサービスのご紹介

インバウンドマーケティングは国によって、訪日回数や観光先など好まれるポイントや消費金額が異なるため、各国ごとに適したマーケティングを行うことが必要です。

アウンコンサルティングは弊社現地拠点リソースや蓄積ノウハウを活用し、対象国にあわせて最適な施策を組み合わせ、認知・販促効果の最大化を支援致します。



アウンコンサルティングでは、SEO(検索エンジン最適化)、PPC(検索連動型広告)、ソーシャルメディア、スマートフォン広告などのグローバルマーケティングサービスを、日本語だけではなく、外国語も対象に行っています。現在 48 の国と地域にサービス実績があり、英語、中国語(簡体字、繁体字)、タイ語やその他の外国語にも幅広く対応しています。また、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国の海外 7 拠点を生かし、アジアの現地情報やグローバルインターネットマーケティングにおけるナレッジを蓄積しております。グローバルマーケティングについて、また、現地情報の収集の際にも是非ご相談ください。

【グローバルマーケティングのサービス概要】

URL: <https://www.auncon.co.jp/service/service.html>



アウンコンサルティング株式会社

[事業内容]

東京、沖縄、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国のアジア 9 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチなどのグローバルマーケティング事業及びアセット事業を展開

[設立] 1998 年 6 月 8 日

[本社] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136 千円 (2018 年 11 月末現在)

[URL] <https://www.auncon.co.jp>

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@ auncon.co.jp