

2023年6月23日

オーストラリアからの訪日観光の最新動向と本県への誘客について

一般財団法人自治体国際化協会シドニー事務所 研修生 國崎 麗子

1. 訪日観光の最新データ

日豪両国の水際対策が終了¹したことで、オーストラリアからの訪日需要が急速に高まっている。

日本政府観光局（JNTO）が発表したオーストラリアからの訪日外客数²は、2023年3月は4万5,200人（対2019年同月比102.3%）、2023年4月は5万6,100人（対2019年同月比79.6%）で、新型コロナウイルス流行前と同程度にまで回復した。

	2018年10月～ 2019年4月 (A)	2022年10月～ 2023年4月 (B)	対前々年同月比 (B) / (A)
10月	47,444	11,677	24.6%
11月	39,840	20,193	50.7%
12月	63,608	41,835	65.8%
1月	81,063	52,553	64.8%
2月	47,658	37,680	79.1%
3月	44,175	45,200	102.3%
4月	70,504	56,100	79.6%

（表1）オーストラリアからの訪日外客数
（出典）JNTO 訪日外客統計を基に筆者作成

2. 2023年の訪日需要の見通し

JNTO シドニー事務所によると「豪州からの訪日旅行需要の回復に伴い、日豪間の航空路線はコロナ前よりも便数の増加が予定³されるなど、更なる訪日数増加を期待している。」という。オーストラリアの日刊紙シドニー・モーニング・ヘラルドは、4月22日付の記事「‘Beyond crazy’ : Japan full of Aussies as we flock back」⁴の中で、「豪ドルの相場⁵は現在90円で、パンデミック初期の65円に比べ、訪日旅行がより実現しやすくなった。」という、旅行会社代表のコメントを紹介していた。

日本とオーストラリアを結ぶ航空路線の便数の増加や円安が追い風となり、訪日需要は今後も継続すると見られている。

¹ 2022年8月、オーストラリア政府はすべての入国者に対して、入国時のPCR検査と抗原検査を不要とした。日本政府は、2022年10月、入国者数の上限を撤廃し、個人の外国人旅行客の入国を解禁。2023年4月29日0時をもって、水際措置を終了した。

² JNTO「訪日外客数（2023年3月推計値）」及び「訪日外客数（2023年4月推計値）」

³ 2019年コロナ前の運航状況：週74便、2023年5月現在での今後の運航予定：週84便

⁴ 2023年4月22日付‘Beyond crazy’ : Japan full of Aussies as we flock back

⁵ 外国為替公示相場ヒストリカルデータ（月平均）2020年4月：1豪ドル=67.82円、2023年4月：1豪ドル=89.28円。

3. オーストラリア人が訪日観光に求めるもの

オーストラリア人にとって、日本の伝統文化や食、自然は大変魅力的であり、訪日需要の回復は本県にとって大きなチャンスである。

2023年5月、メルボルンで開催された「Japan Festival 2023」にて、来場者に「日本へ旅行する際に興味があるもの」について、アンケート⁶を取ったところ、右の結果であった。日本の長い歴史に培われた伝統文化は、特に興味深いという。

順位	項目	票数(票)	割合(%)
1	伝統 (Tradition)	70	24.6
2	食 (Cuisine)	65	22.8
3	自然 (Nature)	38	13.3
4	温泉 (Hot Spring)	37	13.0
5	アウトドア (Outdoors)	21	7.4
6	文化交流 (Cultural Exchange)	21	7.4
7	体験 (Exoeriential Activity)	18	6.3
8	芸術 (Art)	15	5.2
	全体	285	100

(表2) アンケート結果

屋台で楽しむ福岡の食、1,100年以上の歴史を持つ太宰府天満宮と約6千本の梅、江戸時代の柳川城の掘割を辿る川下り、室町時代から続く歴史を持つ八女茶など、本県にはオーストラリア人が求める観光資源が揃っている。

4. 本県への誘客について

本県は、令和2年度からオーストラリアにレップ（販売代理人）をおき、旅行会社やメディアへのセールス、旅行会社の招請などに取り組んでいる。本事業が功を奏し、2023年11月、世界のシェアを誇る旅行ガイドブック「Lonely Planet」が発表した「Best in Travel 2023」で、日本から唯一、食部門で『福岡』が選ばれるなど、世界からの注目度が高まっている。

一方、オーストラリア人の本県の認知度⁷（11%）は、東京（48%）やスノーリゾートである北海道（21%）に比べ、まだまだ高くない。オーストラリアの旅行代理店フライトセンター⁸の店舗スタッフに福岡・九州の旅行商品について尋ねると「既存商品はないが、希望があればアレンジする。」との回答だった。



(写真) フライトセンター店内の様子
右手：相談カウンター、
左手：旅行商品のパンフレット設置

本県の認知度向上と本県への誘客のためには、旅行会社への紹介とメディアやSNSを通じた一般客への訴求の両方が重要であることを実感した。

今年度は、オーストラリアの旅行会社の招請・商談会、観光セミナー等の実施により、旅行商品の造成を働きかけていく予定である。メディア掲載等により注目を集めるこの機会を捉え、オーストラリアの人々に対し、本県を効果的にPRできるよう、オーストラリア人の生の声や最新情報の収集とフィードバックに努めていきたい。 ※ 為替レート 1豪ドル=91円

⁶ 日本の自治体の観光PRをするブースにて、約100名にアンケート（3項目まで回答可、回答数285）。

⁷ DBJ・JTBF「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査_2022年度版」

⁸ オーストラリアを拠点とする旅行代理店最大手。2023年2月、英国に拠点を置く富裕層向け旅行会社を買収する契約を締結するなど、富裕層旅行を強化している。店舗では、東京・大阪・京都・広島11日間8,250豪ドル～（約75万1,000円）と広島・淡路島（本福寺水御堂等）を含む13日間9,050豪ドル～（約82万4,000円～）の2つの旅行商品が販売されていた。