

## ドイツの旅行マーケットについて 「旅こそ人生！」を裏付ける出国率92・6%

JATAでは、ツアーオペレーター品質認証制度の認知度向上と認証登録企業の利用促進などを図ると同時に、旅行市場動向の視察や旅行業界団体との関係強化を行うため、主要国への訪問活動を実施しており、その活動結果を随時、本誌上で報告していきます。今回は、ビジスト・ジャパン(VJ)事業における重点20市場の一つで、欧州では英国・フランスに次ぐ訪日旅行者を送り出しているドイツです。

### 国民の10人に9人が国外へ旅行

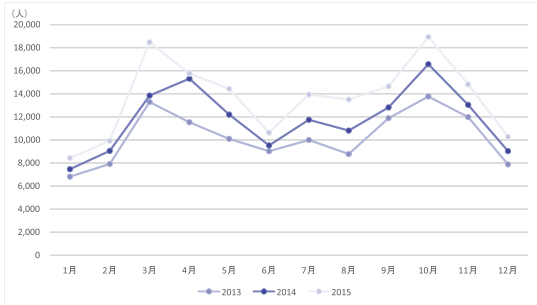
ドイツの人口は8110万人、国民一人当たりのGDPは4万7950米ドル(何れも2014年)で、ドイツからの出国者数は7510万人(2013年)に達しており、数字上では、実に国民の10人に9人以上が「海外旅行」に出かけていることになります。出国率では、実に、92・6%という高率に及んでいます。

また、1泊以上の宿泊を伴う訪独外国人旅行者数は3300万5000人で、訪独日本人旅行者数は71万1529人



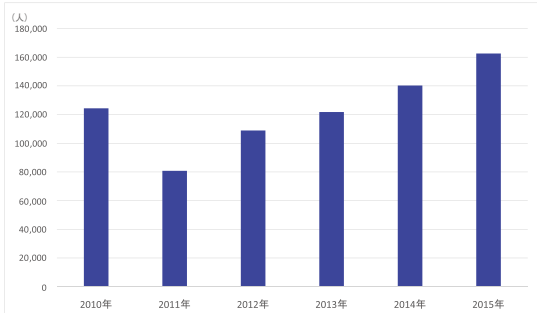
MICE 系の見本市 "IMEX2014"

過去3年間のドイツ人訪日外客数(月別)



※出典:「日本政府観光局(JNTO)」

過去5年間のドイツ人訪日外客数推移(年別)



※出典:「日本政府観光局(JNTO)」

### 基礎データ(ドイツ)

人口	8,110万人(2014)	出典:国際通貨基金(IMF)
国民一人当たりのGDP	USD47,590(2014)	出典:国際通貨基金(IMF)
ドイツ人出国者数	7,510万人(2013)	出典:ドイツ政府観光局
外国人訪問者数(1泊以上した旅行者数)	3,300.5万人(2014)	出典:国連世界観光機関(UNWTO)
訪日旅行者数	162,580人(2015)	出典:日本政府観光局(JNTO)
日本人訪問者数	711,529人(2013)	出典:国連世界観光機関(UNWTO) ドイツ連邦統計局

ドイツ人は大変な旅行好きとしても知られています。「旅こそ人生！」という言葉

### アジアはタイと中国に人気集中

一方、訪日ドイツ人旅行者数は2011年以降、毎年2けた台の伸び率を維持してきており、2011年の8万0772人から2015年には16万2580人まで拡大して、倍増以上の伸びを示しています。

FIT志向の強いドイツのアウトバウンド市場ですが、訪日旅行では、大手旅行会社で

「ビーチでのんびり」と「こだわりの逸品」という2つの旅行スタイルを反映してか、アジア方面でのドイツ人旅行者の人気、DESTINATIONとして、タイと中国が突出した存在となっています。2014年におけるドイツ人旅行者数は、タイが71万7631人、中国が66万2600人(何れも2014年)でした。

の通りに、年に数回の旅行を楽しむにして日々仕事に励んでいるのです。旅行の形態としては、全般的に個人旅行が中心の「ビーチでのんびり」というスタイルが主流を占める一方で、歴史的建造物や骨とう品など「こだわりの逸品」に興味を示すのもドイツ人旅行者の特徴の一つです。

### ユニークベニユーを全域で整備

ドイツでは、日本でも最近になって注目を集めている「ユニークベニユー」がいたるところに存在しています。博物館や美術館をはじめ、古城、図書館、大学など提供可能な施設がほぼ全域にわたって整備されており、ドイツオーストリア国境の湖では、湖上テーマジの設置も可能ということです。

ドイツ観光局の担当者は、ユニークベニユー造成のコツについて「クリエイティブティ(創造力)とイマジネーション(想像力)」と指摘しています。

### 世界最大級の旅行見本市 「ITBベルリン」

「ITBベルリン」は、その名前の通り、毎年3月にベルリンで開催されています。訪日旅行の観点から見ると、「ITBベルリン」は、観光旅行(レジャー・トリップ)系が中心の見本市で、一般の旅行者も対象とすると同時に、ドイツ国内のみならず、世界中から多くの業界関係者が集まって、情報交換の場となっていることが最大の特徴と言えます。

一方、毎年春にフランクフルトで開催されている「IMEX(The Worldwide Exhibition for Incentive travel, Meeting & Event)」は、業界関係者のみを対象とするMICE系の旅行見本市です。日本ブーースは、日本政府観光局(JNTO)が中心となり、各自自治体やランドオペレーターが出展し、海外のバイヤーと商談を行っています。