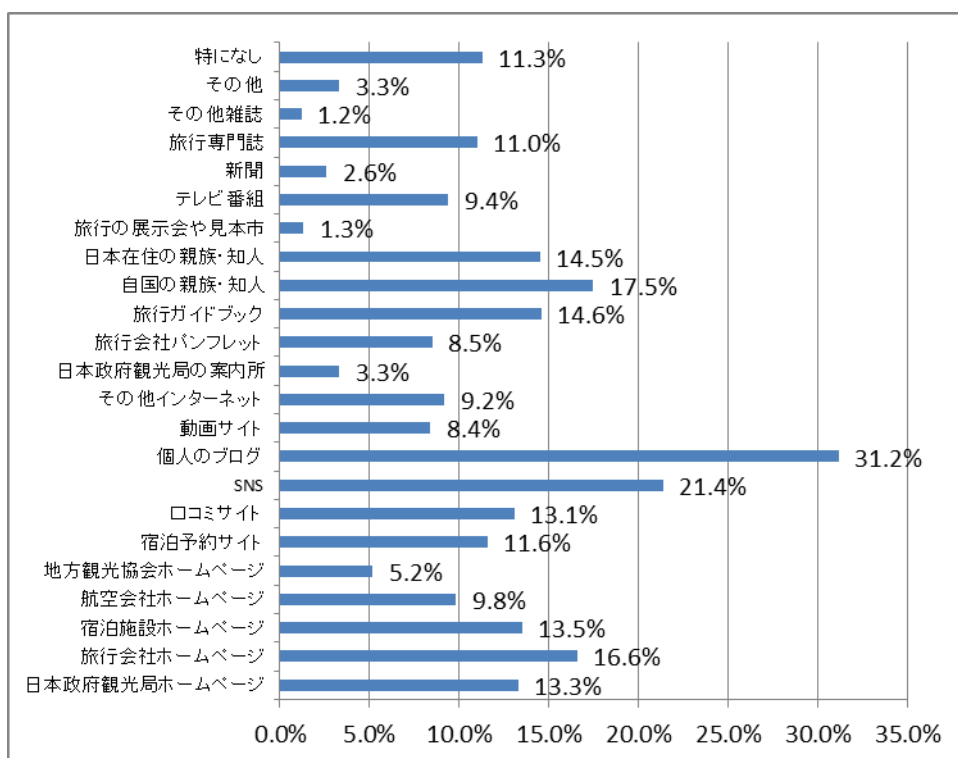


6. ネットでの拡散が集客のカギ

訪日外国人が日本への出発前に得た旅行情報源として役に立ったものは、「個人のブログ」(31.2%) 「SNS」(21.4%) 「自国の親戚・知人」(17.5%) の順で高くなっている。パッケージツアーの形態から個人旅行へとシフトしていることが考えられ、発信力の高いインフルエンサーに拡散してもらえるかが集客力につながる。また、SNSでの発信により、リアルタイムで情報を得ることができるので日本のお祭りなどピンポイントでのイベントにも集客が可能となっている。

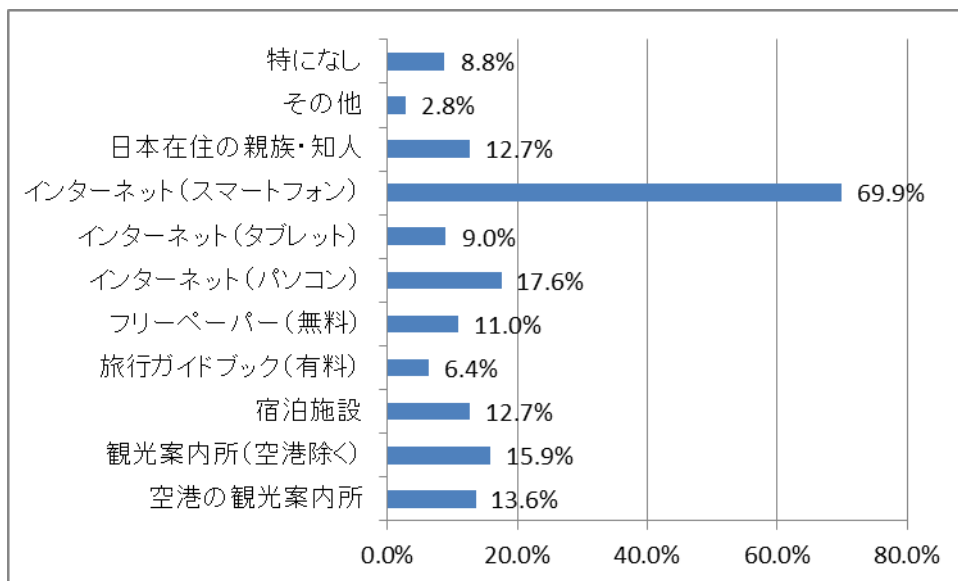
図表-1 訪日前の情報収集の方法(複数回答)



※出所：観光庁「平成30年度版訪日外国人動向調査」

さらに日本滞在中の日本の情報収集としてスマホでのインターネット活用を挙げる人が圧倒的に多く69.9%となっている。インターネット活用が進み、SNSや検索でリアルな口コミを多く目にする事ができるなかで、インターネットでの集客やプロモーションを考えていくことが成功に必要なとなっている。

図表-2 日本滞在時の情報収集方法



※出所：観光庁「平成30年度版訪日外国人動向調査」