

ZOPOT Tokio

**Trendy w podróżach
zagranicznych
Japończyków
w latach 2019 - 2024**

Na podstawie
raportu JTB
Outbound Tourism
Report 2024

Sytuacja gospodarcza Japonii

Główne informacje:

- Japonia = 4. gospodarka świata (PKB nominalny)
- Spadek konkurencyjności: 38. miejsce w World Competitiveness Ranking 2024 (IMD)
- Osłabienie jena – najniższy kurs od 1990 r.
(160 JPY za 1 USD w IV 2024, 157 JPY/XII 2024)

Wpływ na turystykę:

- Droższe podróże zagraniczne dla Japończyków (w tym do Polski)
- Możliwe ograniczenie wyjazdów z uwagi na wyższe ceny

Turystyka przyjazdowa do Japonii – Rekordowy rok 2024

Wzrost liczby turystów:

- 36,87 mln odwiedzających w 2024 (+47,1% r/r, +15,6% vs. 2019)
- Rekord miesięczny: grudzień 2024 – 3,49 mln turystów

Czynniki sukcesu:

- Atrakcyjność sezonowa (sakura, jesień, lato)
- Korzystny kurs jena dla zagranicy
- Wysokie poczucie bezpieczeństwa (Tokio w czołówce rankingów)

Strategia rządu Japonii – Plan turystyczny 2023

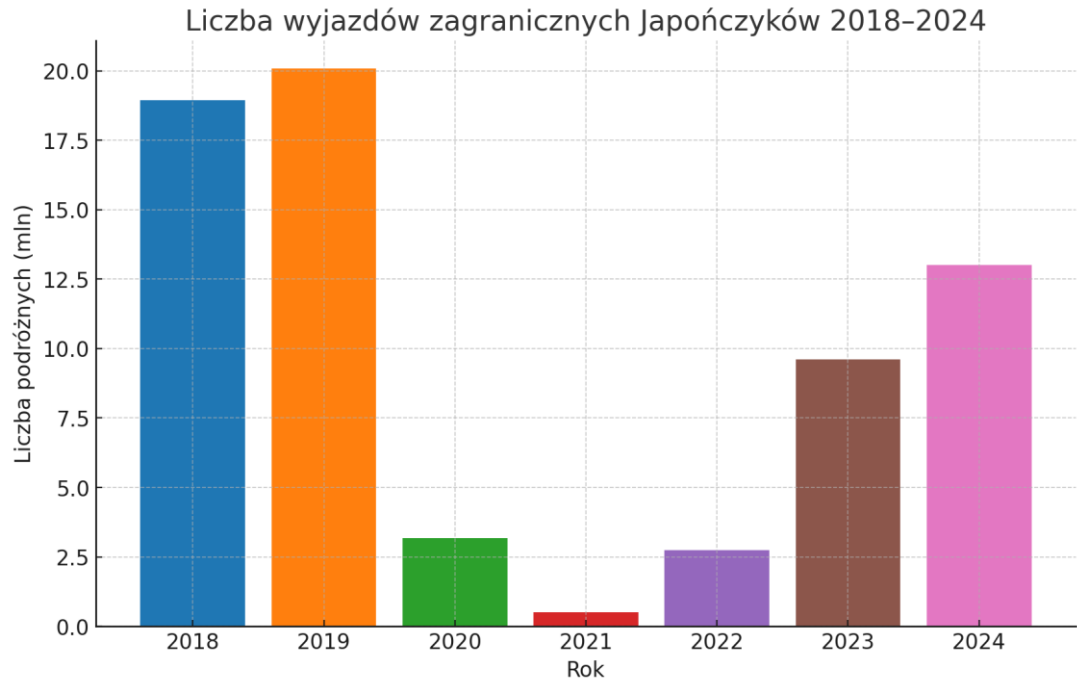
Czwarty Podstawowy Plan Promocji Japonii jako Kraju Turystycznego:

1. Zrównoważony rozwój turystyki
2. Zwiększenie wydatków turystów
3. Promocja regionów lokalnych

Działania:

- Analiza trendów i preferencji podróżnych
- Ukierunkowana promocja regionalna

Podsumowanie: liczba podróżujących za granice

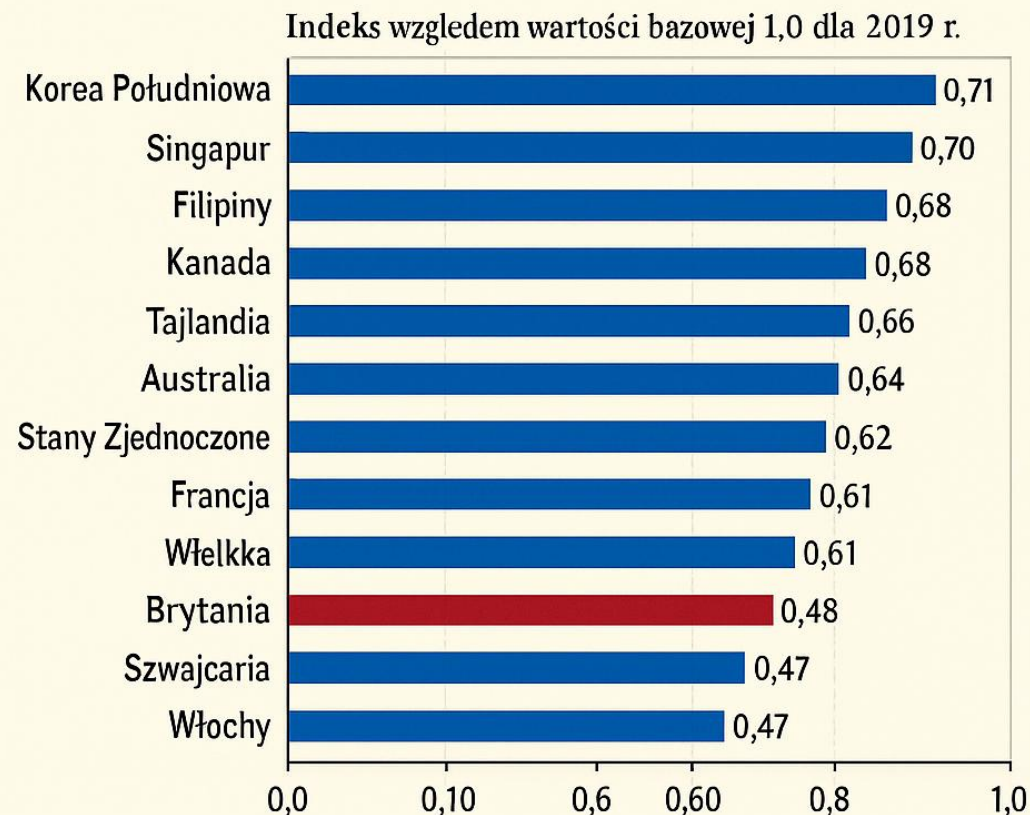


- W 2024 roku liczba Japończyków podróżujących za granicę wyniosła 13,0 mln – to 64,7% poziomu sprzed pandemii w 2019 roku.

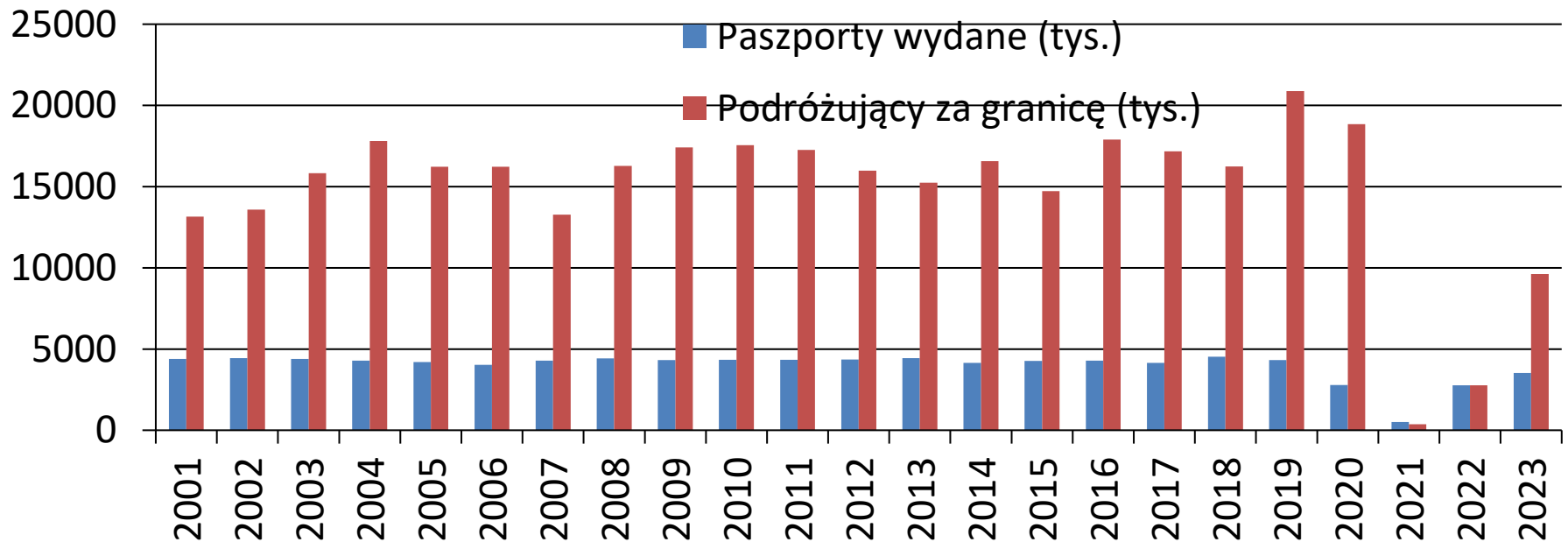
Porównanie z rokiem 2019

Liczba podróży
za granicę nadal
nie osiągnęła
poziomu sprzed
pandemii.

Wskaźniki odradzania podróży zagranicznych W okresie styczeń-grudzień 2023 według miejsc



Liczba wydanych paszportów i podróży zagranicznych



Przyjazdy do Polski

	2022	2023	2024
L. przyjazdów do Polski (w tys.)	20.7	35,6	38,5
L. przyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg (w tys.)	20.7	35,6	38,5
L. korzystających z bazy noclegowej na terenie Polski (w tys.)	14,7	23,6	27,0
L. udzielonych noclegów w bazie noclegowej na terenie Polski (w tys.)	36.9	53,4	56,1

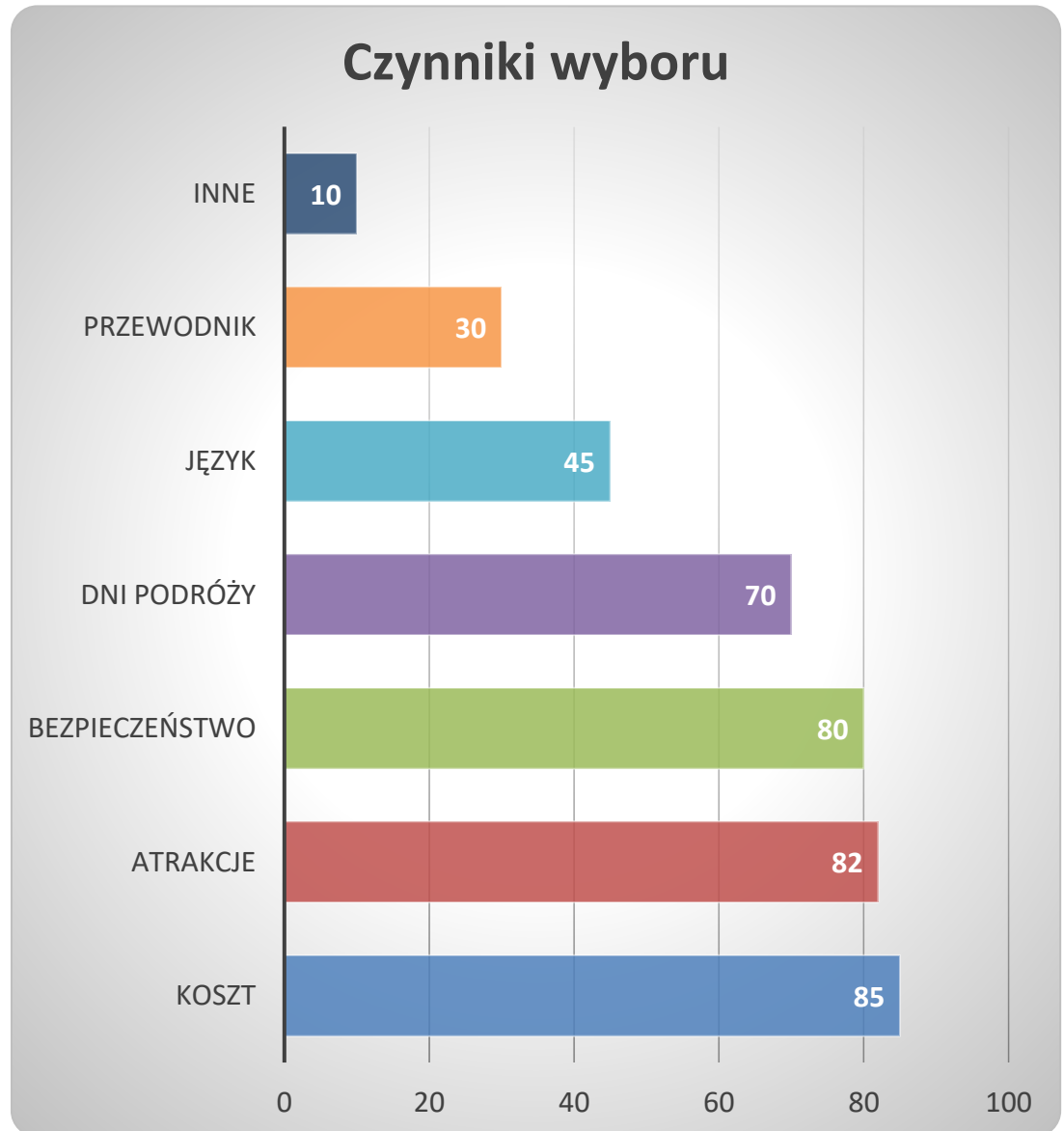
Źródło: GUS

Wyniki Ankiety: Postrzeganie Polski przez Japońskich Podróżnych

Raport z badania pop-up na portalu
Rurubu&more, 25–27 grudnia 2024

Cel i metodologia badania

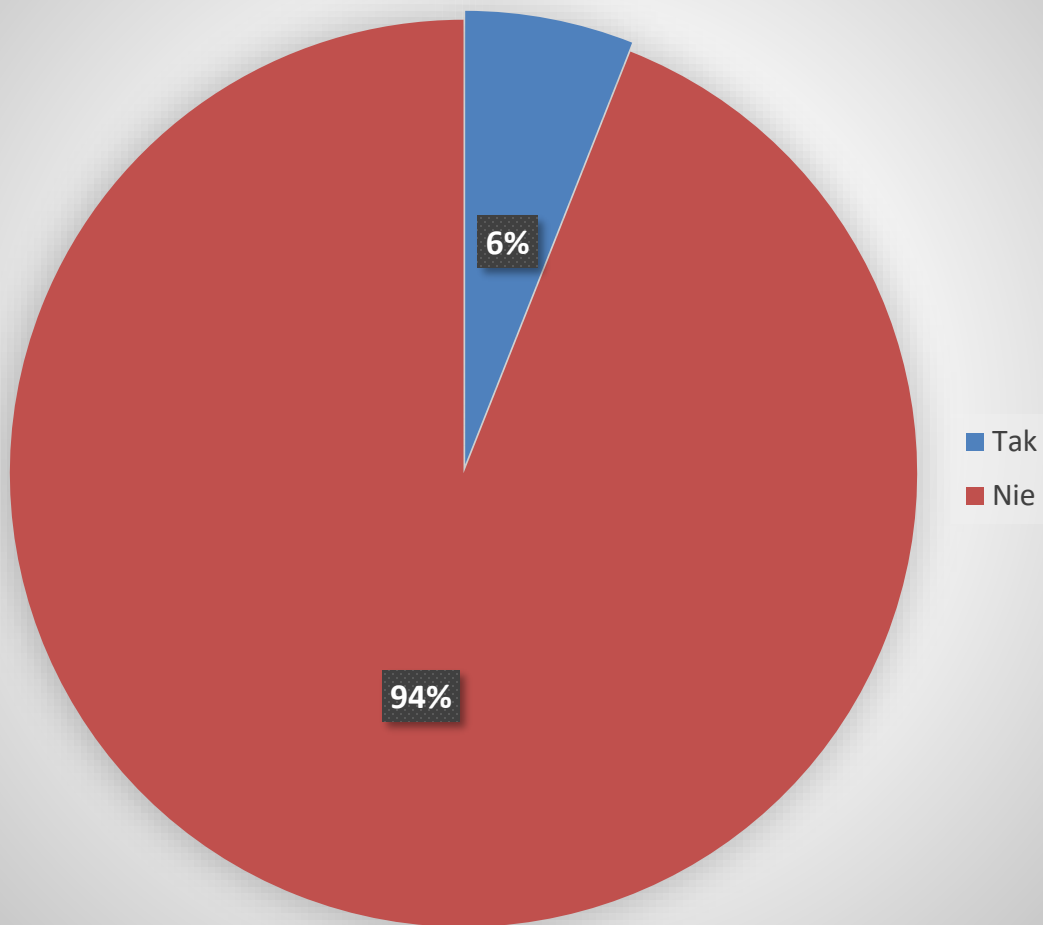
- Okres: 25–27 grudnia 2024
- Forma: pop-up w artykułach Rurubu&more
- Liczba odpowiedzi: 542
- Grupa docelowa: aktywne kobiety z metropolii



Czynniki decydujące o wyborze podróży

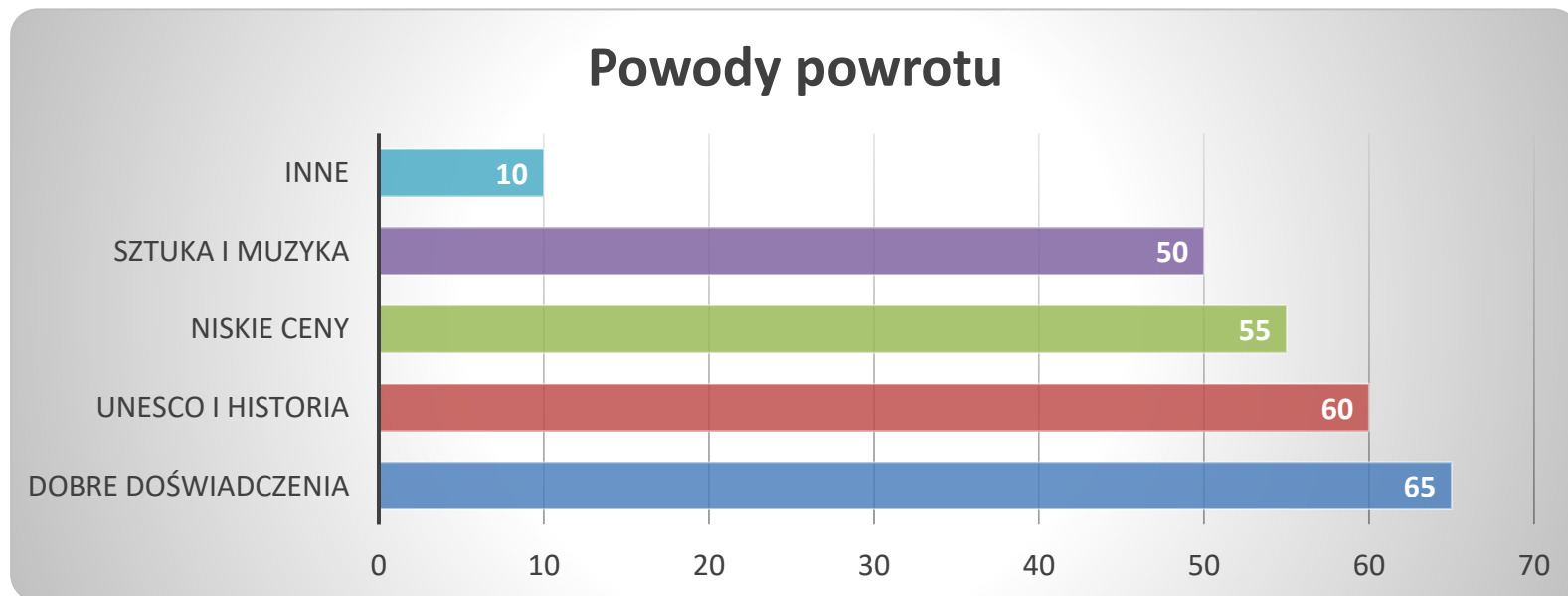
- Najważniejsze:
 - 1. Koszt podróży
 - 2. Atrakcje turystyczne
 - 3. Bezpieczeństwo
- Również istotne:
 - Liczba dni potrzebnych na wyjazd
 - Dostępność przewodników i język

Odwiedzili Polskę



Znajomość Polski i wrażenia po podróży

- Tylko 6% respondentów odwiedziło Polskę
- 60% miało lepsze wrażenia po podróży
- Nikt nie miał gorszych wrażeń



Powody ponownej wizyty

- 90% chce ponownie odwiedzić Polskę

- Główne powody:

- Pozytywne doświadczenia

- Zainteresowanie historią i kulturą

- Niskie ceny

- Muzyka i sztuka

Czego oczekują odwiedzający

- Najczęściej wskazywane:
 - Architektura i krajobraz
 - Światowe dziedzictwo UNESCO
 - Przyroda
 - Kultura i sztuka

Cecha	Odsetek (%)
Piękne miasta	80
Historia	78
Przyroda	72
Chopin	65
Kuchnia i rzemiosło	60

Motywacje i wizerunek Polski

- Najczęstsze skojarzenia:

- Piękne miasta

- Historia

- Przyroda

- Chopin

- Kuchnia i rękodzieło

Powody zainteresowania podróżą do Polski wśród japońskich respondentów (grudzień 2024)



Formy podróży i niepokoje

- Najwięcej: brak preferencji co do formy

- Obawy:

- Bariery językowe

- Bezpieczeństwo

- Brak informacji

- Częste motywy: oszczędność, elastyczność i wsparcie

Charakterystyka respondentów

- Dominują kobiety 40–50 lat
- Mieszkańcy Tokio, Osaki, Aichi
- Zawody: pracownicy firm, freelancerzy, studenci

Wnioski końcowe

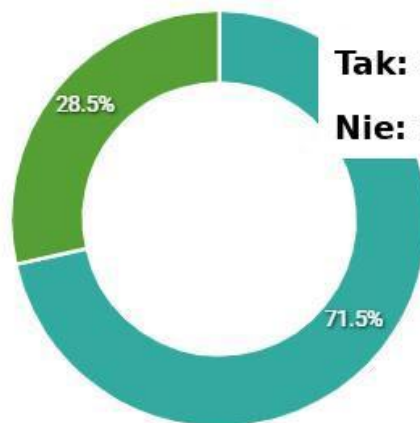
- 71.5% chce odwiedzić Polskę – duży potencjał
- Dobre doświadczenia zwiększają chęć powrotu
- Wspólne zainteresowania: historia, kultura, krajobrazy

Czy chciał(a)byś odwiedzić Polskę w przyszłości?

ラジオボタン | 必須



509人・509件の回答



Tak: 364 odpowiedzi (71,5%)

Nie: 145 odpowiedzi (28,5%)

Rekomendacje

- ◆ **Promocja krótkich, atrakcyjnych cenowo wycieczek do Polski**
- ◆ **Utworzenie klubu fanów z byłych turystów**
- ◆ **Publikacja kieszonkowych rozmówek PL/JP, google translator**
- ◆ **Wystawy zdjęć w centrach handlowych i plenerze**

Popyt na polskie produkty turystyczne

Preferencje turystyczne Japończyków – Polska w ofercie touroperatorów

Najpopularniejsze produkty:

- Klasyczne wycieczki objazdowe: Warszawa – Kraków – Wieliczka – Auschwitz
- Trasy muzyczne: śladami Chopina (Żelazowa Wola, Kościół św. Krzyża)
- Zwiedzanie obiektów UNESCO
- Jarmarki bożonarodzeniowe: Kraków, Wrocław
- „Peace & memory tourism” – tematyka II wojny światowej

Niszowe i rosnące produkty:

- Agroturystyka i slow tourism – lokalne doświadczenia (kiszenie warzyw, ceramika z Bolesławca)
- Turystyka filmowa i literacka – miejsca znane z popkultury i edukacji
- Turystyka aktywna – rowery, spływy, trekking (Dolny Śląsk, Mazury)
- Turystyka zdrowotna i SPA – uzdrowiska (Ciechocinek, Kudowa-Zdrój)

Planowane działania ZOPOT Tokio w 2025

- ◆ **Podróże prasowe i studyjne (B2C i B2B)**
- ◆ **Reklama zewnętrzna (B2C)**
- ◆ **Publikacje medialne (B2C)**
- ◆ **Udział w targach (B2B)**
- ◆ **Stoiska informacyjne (B2C)**
- ◆ **Seminaria promocyjne (B2B)**

Podróże prasowe i studyjne dla przedstawicieli branży turystycznej

Współpraca z PLL LOT

Nawiązywanie kontaktów B2B i rozwój oferty turystycznej

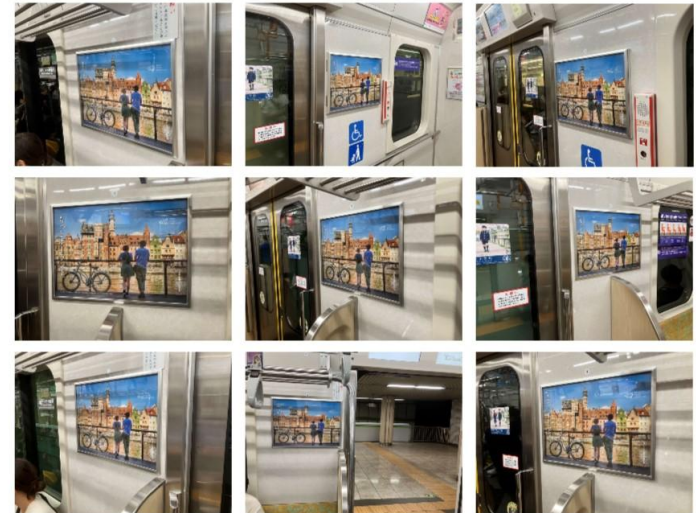


Fot. PLL LOT



Realizacja reklam zewnętrznych

Kampanie outdoorowe (np. metro, autobusy)
Promocja marki „Polska” w przestrzeni publicznej



Publikacje medialne (B2C)

Artykuły sponsorowane i wzmianki Efekt podróży prasowych



POLISH
TOURISM
ORGANISATION

シヨパンが愛した故郷
ポーランドへ

夏より無料

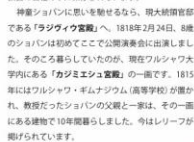
成田国際空港からワルシャワへは、
LOT（ポーランド航空）が毎日（季節
別）約1時間半で飛来している。

音楽好きの方なら、ポーランドと聞いて真っ先に思い浮かべるのはフレデリック・ショパンではないでしょうか。首都ワルシャワとその近郊にはシヨパンゆかりの場所が点在し、足跡をたどることができます。「ピアノの詩人」を育んだ舞台をご案内します。 文/福田孝子

シヨパンゆかりの地を訪ねて歩く

ポーランド人の誇りと古き故きヨーロッパ文化が息づくワルシャワ。この美しい街が、シヨパンが少年・青年期を過ごした舞台です。ゆかりの地が数多くあり、1 Dayトリップでめぐることができる。遠くパリから思いを馳せながら祖国の地を二度と巡ることができる。遺言により心臓だけが持ち帰られました。その心臓は「聖十字堂教会」に安置され、教会の石柱の下に保存されています。

神楽シヨパンに思いを馳せるなら、現代音楽館である「ラジウィツ宮殿」へ。1818年2月24日、8歳のシヨパンは初めてここで公開演奏会に出演しました。そのころ暮らしていたのが、現在ワルシャワ大学にある「カジミェシュ宮殿」の一角です。1815年にはワルシャワ・オムナジウム（高等学校）が開かれ、教授だったシヨパンの父親と一帯は、その一面にある建物で10年間暮らしました。今はレリーフが掲げられています。

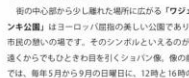


▲ラジウィツ宮殿
→聖十字堂教会



▲カジミェシュ宮殿

天才少年は成績もまた優秀で、13歳で父が務めていた高等学校に入学します。学生時代には学校にほど近い「ウィジキ教会」でミサのオルガン演奏しました。17世紀に建てられたこのロマンカトリック教会は、第一次、第二次世界大戦の戦禍を逃れて建造当時の姿を残しています。



▲ウィジキ教会



▲ワジション公衆のシヨパン像

ワルシャワから西へ60キロの「ジェズヴォ・ヴォラ」でシヨパンは産声を上げました。生家は消失してしまいましたが、家具や内装は当時のままに使用されています。ここから約10キロ北に位置するプロフワの「聖ロフ教会」は、洗礼を受けた場所。シヨパンの両親、そして姉が結婚したのもこの教会でした。洗礼堂が現存しています。



▲シヨパンの生家



▲サンニキ宮殿

ワルシャワから80キロほど西にあるサンニキ宮を移せば、18歳の夏を過ごした「サンニキ宮殿」があり、演奏したピアノが残っています。「ピアノ三重奏曲（短調）」を完成させたのはこの地です。シヨパンは39歳という若さで生涯を閉じました。マズルカやポロネーズなど民族舞曲にこだわり、その作品は祖国への想いに満ちています。彼が心から愛し、その音楽に影響を与えたポーランドを訪れてみてはいかがでしょうか。よく知った名曲も、ひと味違ったもの感じられるはず。

ポーランド 観光観光局 公式サイト/ <https://www.poland.travel/ja>

タビジン
TABIZINE

TOP > 観光 > 地産 > 【ポーランドのクリスマスマーケット巡り】首都「ワルシャワ」をはじめ、世界遺産の・・・

【ポーランドのクリスマスマーケット巡り】首都「ワルシャワ」をはじめ、世界遺産の広場で幻想的なクリスマス体験！



Posted by: 北島幸恵
掲載日: Dec 23rd, 2024

クリスマス時期にヨーロッパ各地で行われるクリスマスマーケット。先日訪れた東欧の国「ポーランド」のクリスマスマーケットには、独自の文化と美しさがあり、人々を魅了していました。首都のワルシャワをはじめ、クラクフ、ヴロツワフ、ポズナンのクリスマスマーケットの風景をご紹介します。



- イルミネーションで幻想的な空間のワルシャワ
- 世界遺産で開催される「クラクフ」とクリスマスマーケット

地球の歩き方

TOP ヨーロッパ ヲアマガジン 円安でもお得に旅するならポーランドの観光都市ウッチへ



円安でもお得に旅するならポーランドの観光都市ウッチへ

読者・アート ヨーロッパ 観光

sponsored by ポーランド政府観光局

地球の歩き方観光マーケティング事業部

更新日: 2024年7月10日
公開日: 2024年7月10日



Udział w targach branżowych

Międzynarodowe: JATA Tourism EXPO (Aichi)

Lokalne: np. Tabihaku, Osaka Umeda



Stoiska informacyjne (B2C)

wydarzenia promujące Polskę, imprezy turystyczne



Seminaria promocyjne (B2B)

Prezentacje ofert i networking



Dziękuję za uwagę!

ZOPOT Tokio

Maria Orzeł

maria.orzel@pot.gov.pl