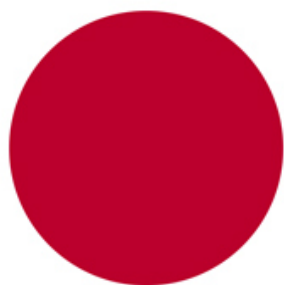


Scheda turismo - GIAPPONE



A cura di:
Ambasciata d'Italia - GIAPPONE

Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese
dgsp1@esteri.it

ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo



www.infomercatiesteri.it

INDICE

TURISMO

- [SCHEDA TURISMO GIAPPONE](#)
- [FLUSSI TURISTICI: ITALIA VERSO GIAPPONE](#)
- [FLUSSI TURISTICI: GIAPPONE VERSO L'ITALIA](#)

TURISMO

SCHEDA TURISMO GIAPPONE

Anno	Totale viaggiatori	All'estero	Nel proprio paese
2017	438.077.000	17.889.000	420.188.000
2016	342.776.000	17.116.000	325.660.000

Graduatoria dei 5 paesi più visitati del 2017

#	Paese	Totale viaggiatori	Var % su anno precedente	Quota parte su totale outgoing %
1	CINA	2.680.000	3.5	15
2	COREA DEL SUD	2.311.000	0.5	13
3	TAIWAN	1.899.000	0.1	11
4	USA	1.569.000	5.4	9
5	THAILANDIA	1.544.000	7.2	9

Posizione dell'Italia

Posizione dell'Italia	Totale viaggiatori	Quota parte su totale outgoing
nd	933026	5.21

I 5 prodotti turistici italiani più apprezzati del 2017

#	Prodotto	Quota
1	Grandi città d'arte	80
2	Italia minore	10
3	Enogastronomia	5
4	Natura e parchi	3
5	Laghi	2

Destinazioni Italiane del 2017

Per quanto riguarda le preferenze, il turismo culturale è quello maggiormente richiesto, orientato sia verso le grandi che le piccole città d'arte, tra le quali, le più visitate, sono Roma, Venezia, Firenze, Milano oltre ad altre località come le Cinqueterre, Torino, Civita di Bagnoregio e il Sud-Italia, in primis Sicilia, Napoli, Capri ed Amalfi. Le regioni più amate dai turisti giapponesi sono sempre Lazio, Veneto, Toscana, Lombardia e Campania.

Anno	Arrivi/viaggiatori totali in Italia	Variazione % rispetto all'anno precedente	Presenze/ pernottamenti totali in Italia	Permanenza media
2017	933.026	1.19	1.945.430	2,08
2016	922.089	nd	1.908.980	2,07

Anno

Spesa totale in Italia

Spesa pro capite giornaliera in Italia

2017	1.025.000.000	526,87
2016	935.000.000	227,32

Mezzo Utilizzato per raggiungere l'Italia

Mezzo Utilizzato per raggiungere l'Italia	Quota %
Aereo	100
Treno	0
Bus	0
Auto	0

Collegamenti aerei diretti

Per recarsi in Europa, e quindi, in Italia, la maggioranza dei turisti provenienti dal Giappone usa l'aereo. Alitalia, che è l'unica compagnia aerea di linea con voli diretti, ha aumentato i propri servizi con più collegamenti verso Roma e Milano. Sono in aumento le rotte tramite il Medio Oriente (Istanbul, Dubai ecc) per recarsi in diverse città italiane.

Categoria Turisti	Quota %	Segmento socio economico	Livello culturale	Propensione al viaggio
Giovani/studenti	5	medio-basso	medio	medio-alto
Singles	20	medio	medio-alto	alto
Coppie senza figli	25	medio-alto	medio-alto	alto
Coppie con figli	10	medio	medio	medio
Seniors (coppie over 60)	33	alto	medio-alto	alto
Gruppi	5	medio-alto	medio	medio
Uomini d'affari/professionisti (MICE)	2	medio-alto	medio-alto	medio

Canali di prenotazione verso l'Italia

Canali di prenotazione verso l'Italia	Quota %
Agenzie di viaggio - TO	17.2
Internet (OTA, prenotazioni online)	62.9
Contatti diretti con fornitori (hotel, compagnie aeree, ecc)	19.9

Motivazioni principali per una vacanza in Italia

I giapponesi apprezzano l'arte e la cultura in Italia, soprattutto i siti riconosciuti patrimonio mondiale dall'UNESCO. I turisti giapponesi amano la cucina italiana e, in particolare, i piatti tipici locali che preferiscono provare anche durante vacanze che permettano un contatto diretto con la natura e il patrimonio paesaggistico italiano.

UTILIZZO INTERNET

Anno	Numero internet users	Tasso di penetrazione su totale popolazione	Social media users	Tasso di penetrazione su totale popolazione
2017	118500000	93	71000000	56
2016	118500000	93	64000000	51
Prime 5 piattaforme social più attive				
#	Social	Tasso di penetrazione sul totale internet users		
1	Youtube	70		
2	Line	54		
3	Twitter	45		
4	Facebook	34		
5	Insta	24		
Fonte				
JAPAN TOURISM AGENCY, MINISTRY OF JUSTICE, JNTO, JATA, JTB TOURISM RESEARCH & CONSULTING CO., JTB REPORT 2017, ISTAT, BANCA D'ITALIA, WE ARE SOCIAL				
Note				
Per quanto riguarda la graduatoria dei 5 paesi più visitati nel 2017, le Hawaii sono la destinazione più visitata degli Stati Uniti.				



FLUSSI TURISTICI: ITALIA VERSO GIAPPONE

Le stime sul numero di turisti stranieri in Giappone nel mese di maggio 2017 riferiscono di un aumento del 21,2% rispetto al maggio 2016, con 2.294.700 presenze, grazie ad una forte promozione del turismo *incoming*, svolta assiduamente all'estero la partecipazione a fiere, seminari e convegni. La maggior parte dei turisti stranieri provengono dai paesi asiatici (Corea del Sud, Cina, Taiwan, seguiti dagli altri), mentre l'Italia è posizionata al quindicesimo posto con 9.800 turisti dopo Gran Bretagna, Francia e Germania (Fonti: JNTO - *Japan National Tourism Organization*).

Ultimo aggiornamento: 25/08/2017

[^Top^](#)

FLUSSI TURISTICI: GIAPPONE VERSO L'ITALIA

Secondo i dati dell'Immigration Bureau of Japan (*Ministry of Justice*), il numero totale dei turisti giapponesi recatisi in vacanza all'estero nel 2016 è stato di circa 17,1 milioni. Secondo le stime della JNTO - *Japan National Tourism Organization*, il numero di viaggiatori giapponesi all'estero è aumentato del 6,6% nel mese di maggio 2017 rispetto al 2016, con 1.315.000 partenze. Per quanto riguarda i flussi turistici verso l'Italia, i dati ISTAT per il 2015 – non essendo ancora disponibili le statistiche per il 2016 – indicano che le permanenze dei turisti giapponesi nel nostro Paese sono state pari a 2.303.854. Per quanto riguarda la spesa turistica, che ha raggiunto i 935 milioni di euro nel 2016, i dati pubblicati da Banca d'Italia indicano un aumento di circa il 24% rispetto al 2015 (755 milioni di spesa).

Sulla base delle informazioni disponibili, la durata media del soggiorno è di 6 notti, cui vanno aggiunti mediamente 2 giorni di viaggio (fonte: elaborazione ENIT su dati ISTAT e UNWTO). Gli itinerari che includono Roma, Firenze, Venezia e Milano sono tra i pacchetti turistici più venduti. In Asia-Pacifico, Taiwan, Hawaii, Guam, Corea del Sud e Thailandia fanno concorrenza all'Italia come destinazione turistica, mentre per quanto riguarda l'Europa, i nostri principali concorrenti sono Francia, Spagna, Gran Bretagna e Germania. Secondo una ricerca effettuata da un grande portale web giapponese specializzato sul turismo (*AB Road Research Center*), l'Italia consolida il suo primato, continuando ad occupare il primo posto nei desideri di viaggio dei giapponesi, prima su Francia e Spagna.

Il Brand Italia rimane molto forte e riconoscibile nella percezione dei consumatori giapponesi, principalmente per la presenza di grandi marchi, famosi soprattutto nel settore della moda, delle automobili sportive e, sempre di più, dell'enogastronomia. Per molti, tuttavia, le destinazioni asiatiche, più vicine e abbordabili, continuano a riscuotere grande successo, soprattutto in tempi di crisi, e rappresentano un viaggio più sicuro, rispetto alle destinazioni a lungo raggio. Considerate le tendenze in atto nel mercato locale, il turismo verso l'Italia ha ancora ampi margini di crescita, in particolare se verrà rafforzata la promozione dei Siti Unesco Italiani, garantendone una migliore tutela e conservazione.

Ulteriori opportunità sono rappresentate dalla promozione di destinazioni turistiche ancora poco note come i borghi e le isole. Il nostro Paese ha la possibilità di consolidare il proprio vantaggio competitivo nei confronti dei principali concorrenti valorizzando la superiorità dell'offerta turistica italiana nel segmento Free Independent Travellers – FIT, aumentando la promozione sui social network, sui portali specializzati nei viaggi e nelle scelte di tendenza con proposte e programmi ad hoc.

Una ricerca di mercato del MIC - *Ministry of International Affairs and Communications* ha confermato che l'utilizzo di Internet in Giappone è diffusissimo in tutte le fasce di età, con il 64% dei turisti giapponesi che acquista il viaggio on-line, consultando i portali turistici per raccogliere informazioni e leggere i "giudizi degli ospiti" prima di prenotare alberghi e comprare pacchetti.

I turisti giapponesi apprezzano - oltre al patrimonio culturale e paesaggistico - la varietà e qualità delle tradizioni gastronomiche ed enologiche, dai materiali pregiati e dalla bellezza estetica della produzione artigianale ed industriale, soprattutto nel settore della moda grazie alla fama mondiale dei brand italiani, che ancora oggi rappresenta un fattore di attrattività nei viaggi per shopping.

Ulteriori elementi da considerare ai fini della promozione dei flussi turistici verso l'Italia sono rappresentati dal crescente interesse del pubblico giapponese verso sport come il ciclismo e i motori. Da non trascurare infine la presenza di impianti termali italiani come luoghi di cura che, se adattati ai gusti giapponesi, possono incrementare notevolmente il turismo inbound al pari dello sfruttamento delle location per il business dei matrimoni, ora prevalentemente di lusso, con potenziali promozioni da destinare in prospettiva futura ad un pubblico con reddito medio-alto.

Ultimo aggiornamento: 25/08/2017

[^Top^](#)