



Informace o trhu

Kulturní specifika trhu

Japonská společnost je postavená na úctě k tradici, respektu k hierarchii a autoritám a ohleduplnosti vůči okolí. To má za následek vysoký sociální tlak, lpění na dodržování pravidel a společenských konvencí. Proto lidé nevyjadřují svoje pocity otevřeně a přímo. Díky tomu se zákazníci snaží nestěžovat si přímo a poskytovatelé služeb musí být velmi vnímaví a schopni rozpoznat i ty nejjemnější signály nespokojenosti. Dojde-li ke stížnosti, jsou zákazníci přímí a neústupní.

Klíčové hodnoty, které výrazně ovlivňují cestovní ruch v Japonsku, jsou bezpečnost, přesnost a stabilita. Spotřebitelé kladou vysoké nároky na kvalitu a dokonalost služeb. Veškeré aktivity (nejen obchodní) plánují s velkým předstihem, takže jsou zvyklí mít detailní informace alespoň měsíc předem. Včasnou přípravou se vyhýbají nežádoucím nečekaným změnám a preferují stabilitu a předvídatelnost.

Trendy v oblasti CR

V současnosti si mnozí Japonci užívají nezávislý životní styl a objevují svět sami bez ohledu na partnera či rodinu. Mnozí také zkoušejí nové gastronomické zážitky nebo se věnují svým oblíbeným aktivitám či koníčkům (vlak, hudba, videohry, anime a manga, fotografování).

Vlivem pandemie zažívá boom domácí cestovní ruch. Malá města a přírodní lokality se staly oblíbenějšími než velkoměsta a turisticky známá místa. Jedním důvodem je, že se Japonsko rozkládá ve všech čtyřech klimatických pásmech a nabízí širokou diverzitu přírodních podmínek, místních tradic a kulinářských specialit, za kterými mnozí cestují i na velkou dálku. Roste také obliba outdoorových aktivit, jako jsou kempování, pěší turistika a relaxace v termálních pramenech. Populární je také cestování v dodávkách či obytných vozech („van life“). Dalšími důvody jsou slabý jen, vysoká inflace v Evropě, nedostatečná kapacita letů a drahé letenky do zahraničí. Na druhé straně se Japonsko stalo relativně levnou destinací pro cizince. To vede k overtourismu ve velkých městech a v okolí hory Fudži, což se promítá do zavádění restrikcí a regulací.

Co se týče cestování do zahraničí, trendem je cestování v menších skupinách. Nejoblíbenějšími destinacemi jsou okolní země - Jižní Korea za nákupy a plastickými operacemi, Hawaii za plážemi a Tchaj-wan za kulinářskými zážitky. Valná většina cest do Evropy a Ameriky je za kulturou a obchodními příležitostmi, roste zájem o nové destinace, tj. střední a východní Evropa, Balkán a baltické státy.

Zajímavým trendem mezi fanoušky celebrit, umělců, fiktivních postav, maskotů apod. je fenomén „ošikacu“, tj. nalezení smyslu života v podpoře a oslavě těchto oblíbených idolů, nákup suvenýrů, společná setkávání fanoušků na koncertech a jiných akcích či nápodoba jejich životního stylu, což zahrnuje i cestování po jejich stopách.

Motivace cest do Česka

- . Památky
- . Kultura
- . Gastronomie
- . Business
- . Studium
- . Příroda

Státní svátky a prázdniny v Japonsku

Státní svátky:

01.01.2024	Nový rok
08.01.2024	Den dosažení dospělosti (Coming of Age)
11.02.2024	Den založení Japonska
23.02.2024	Narozeniny současného císaře
20.03.2024	Den jarní rovnodennosti
29.04.2024	Den Šówa (narozeniny císaře Hirohita)
03.05.2024	Den památky ústavy
04.05.2024	Den zeleně
05.05.2024	Den dětí
15.07.2024	Den oceánu
11.08.2024	Den hor
16.09.2024	Den respektu ke starým
23.09.2024	Den podzimní rovnodennosti
14.10.2024	Den zdraví a sportu
03.11.2024	Den kultury
23.11.2024	Svátek práce

Kromě výše zmíněných se v Japonsku slaví další svátky jako Secubun (začátek jara), Valentýn, Bílý den, Vánoce nebo Silvestr. Tyto svátky ale pro Japonce neznamenají dny volna. Pokud připadne státní svátek na víkend, automaticky se posouvá na následující pondělí.

Školní prázdniny:

29.04.-05.05.2024	Jarní prázdniny (Golden week)
21.07.-29.08.2024	Letní prázdniny
28.10.-03.11.2024	Podzimní prázdniny
12.2024-01.2025	Zimní (novoroční) prázdniny (průměrně 10 dní na přelomu roku)

V Japonsku školní rok začíná druhý týden v dubnu a končí koncem března.

Vnímání LGBTQ+ v Japonsku

Otázky týkající se přístupu k LGBTQ+ nejsou moc veřejně diskutovány. V Japonsku se sice rozvíjí osvěta o LGBTQ+ prostřednictvím médií a škol, ale právní omezení jako zákaz manželství stejného pohlaví a sociální výzvy spojené s coming outem stále trvají.

Víza a kontakty

Při vstupu do ČR za účelem krátkodobého pobytu (max. 90 dní v zemích Schengenské smlouvy během posledních 180 dní) nepotřebují japonští občané vízum.

Velvyslanectví ČR v Tokyu

2-16-14 Hiroo, Shibuya-ku, Tokyo 150-0012
e-mail: tokyo.consulate@mzv.gov.cz

Honorární konzuláty se nachází v následujících městech:

- . Naha (Okinawa)
- . Sakai (Ósaka)
- . Sapporo (Hokkaidó)



Média a komunikační kanály

Mediální obraz Česka v Japonsku

Japonští návštěvníci míří do Česka hlavně za kulturou, vzděláním a podnikáním. Znají ho jako zemi s bohatou historií, krásnými pamětihodnostmi a pivní kulturou, najdou se však i tací kteří ho stále vnímají jako součást Československa.

Konkrétně obdivují české hudební skladatele např. Bedřicha Smetanu a Antonína Dvořáka nebo i umělce Alfonse Muchu, jehož práce inspirovaná japonským uměním je v Japonsku velmi ceněna. Když se v Tokiu konala výstava "Slovanské epeje", byl o ni tak obrovský zájem, že ji museli organizátoři prodloužit.

Povědomí o České republice mají také díky sportu. Významně se na tom podílely úspěchy Věry Čáslavské na olympiádě v Tokiu, kde získala přezdívky jako "miláček Tokia" a "květina tokijské olympiády" či v poslední době vzrůstající popularita českého baseballu po World Baseball Classic v roce 2023.

Nejznámější influenceri, blogeri, cestovatelské portály a časopisy

TOP 6 influencerů

- [Paolo from Tokyo](#)
- [Rachel and Jun's Adventures](#)
- [Ayane](#)
- [Love Mari](#)
- [Miyu](#)
- [Anne TOKYO](#)

Cestovatelské portály

- [Rakuten Travel](#)
- [Chikyu no Arukikata \(Globe Trotter\)](#)
- [For Travel](#)

Nejčtenější časopisy

- ViVi (móda)
- anan (zábava)
- Toyo Keizai (business)
- Katigaho (hobby, lifestyle)

Největší outgoingové cestovní kanceláře

- JTB (domácí i mezinárodní, luxury, MICE)
- H.I.S. (outdoor)
- KNT-CT (MICE)

Největší mediální zdroje

TV stanice:

- NHK (mediální společnost)

Rádio:

- TBS Radio
- Nippon Cultural Broadcasting
- Nippon Broadcasting
- J-WAVE
- TOKYO FM

Tisk/noviny:

- Yomiuri Shimbun
- Asahi Shimbun
- Weekly Shinen Jump (mangy)

Významné veletrhy v Japonsku

Zaměřené na turismus:

- Tourism EXPO JAPAN

Jiné zaměření:

- FOODEX JAPAN
- SUPER MARKET TRADE SHOW
- Aerospace Technology & Components Expo

V roce 2025 se v Japonsku bude pořádat světová výstava **OSAKA EXPO 2025**.

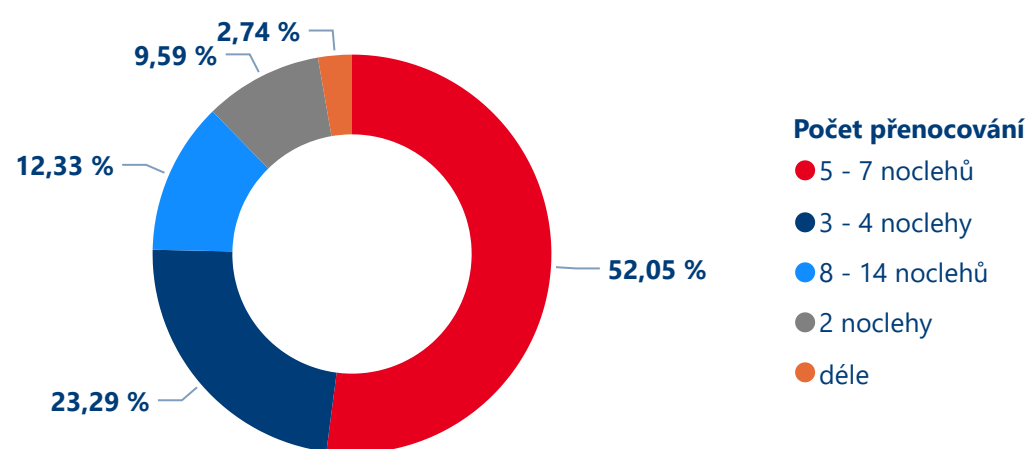


Vizualizace českého pavilonu na EXPO 2025 v Ósace

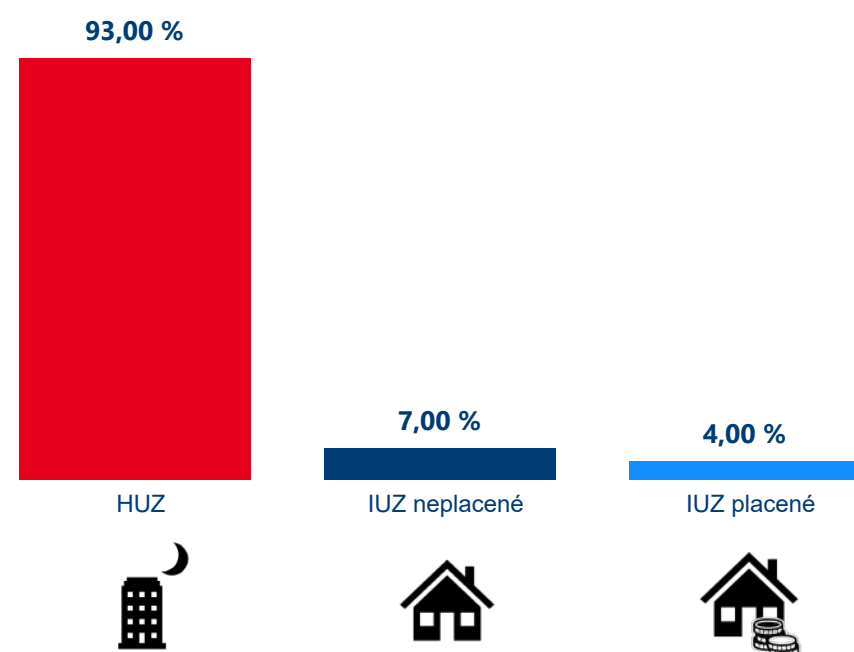


Profil japonského návštěvníka v Česku

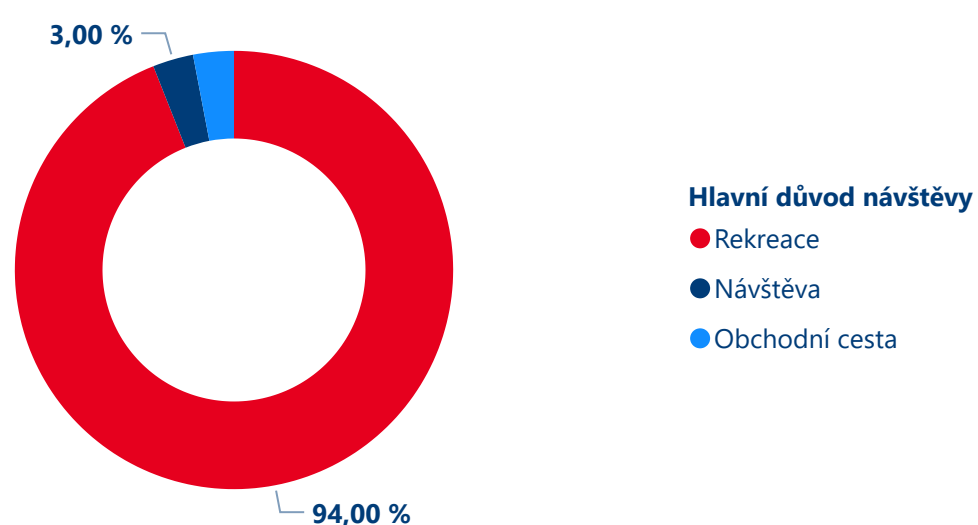
Počet přenocování během dovolené



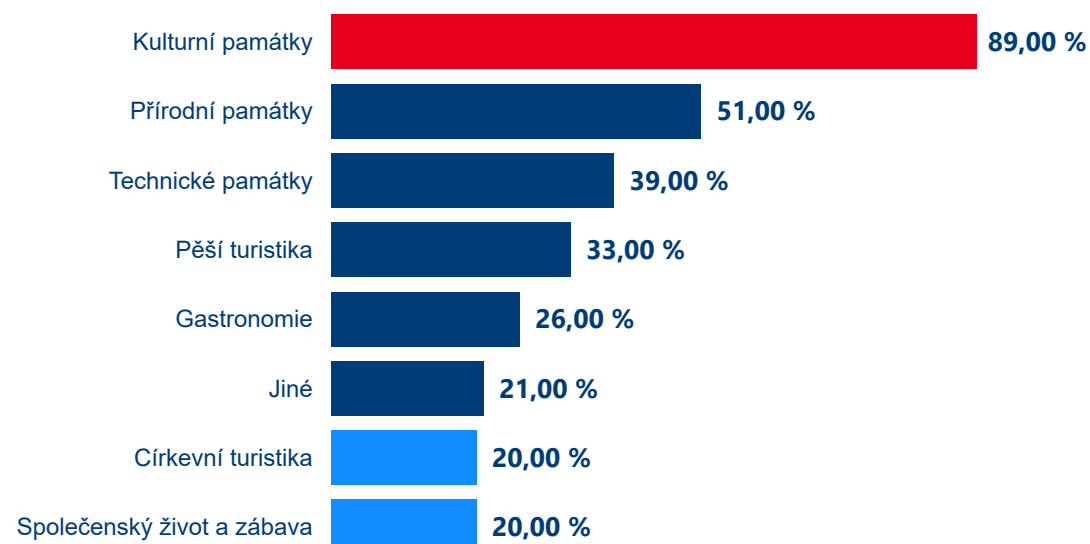
Typ ubytování



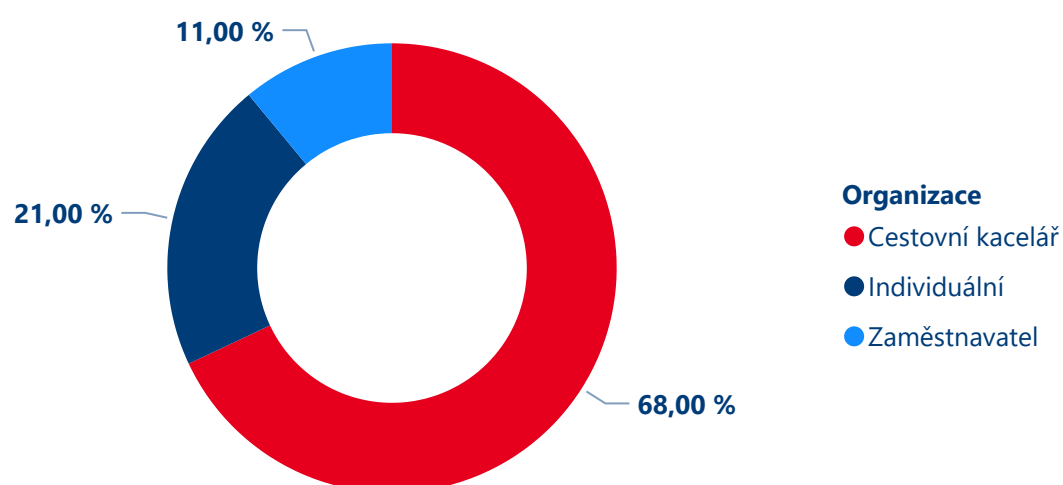
Hlavní důvod návštěvy



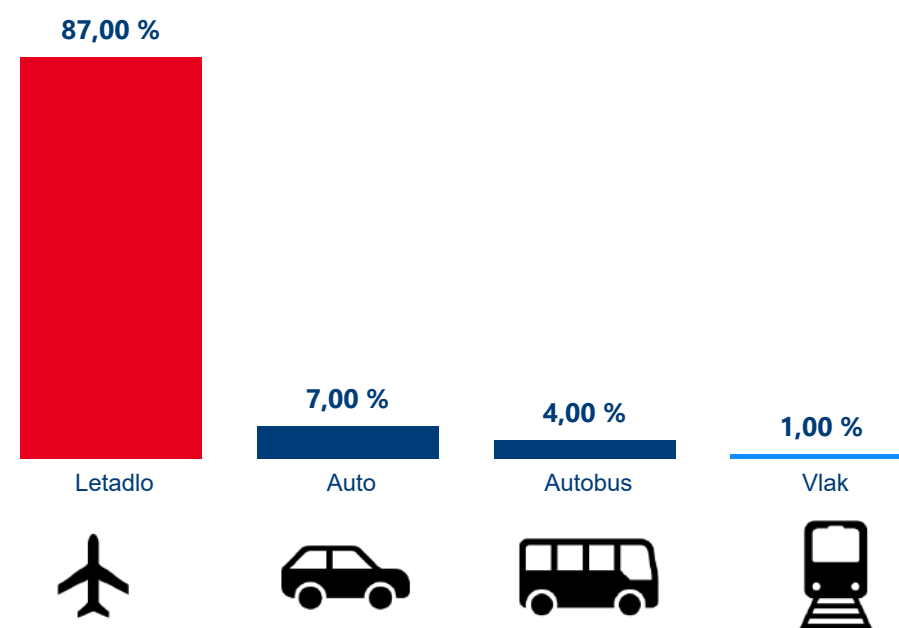
Aktivity během pobytu



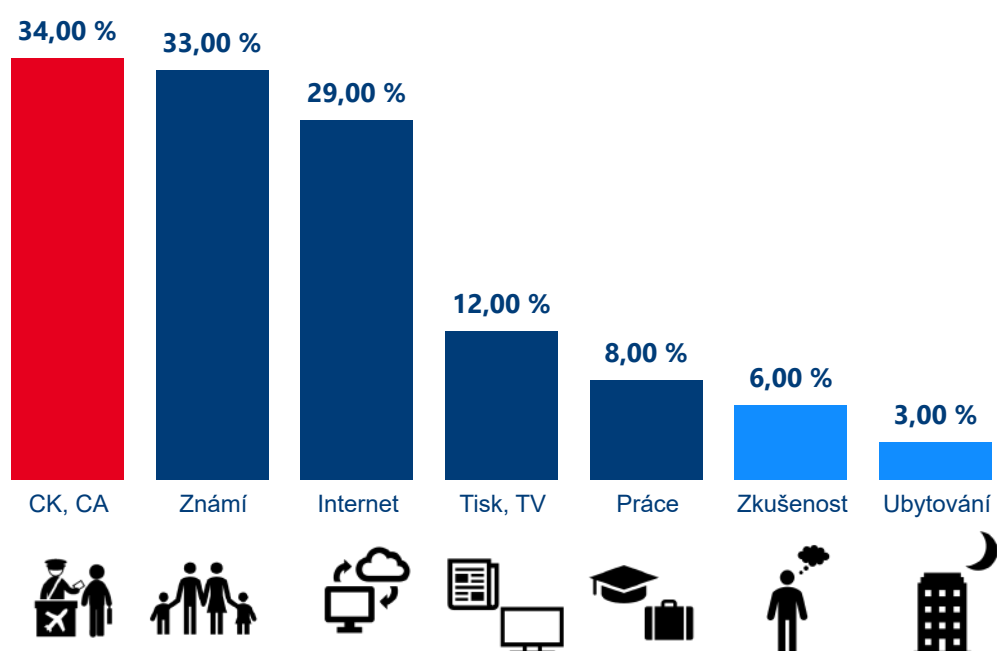
Organizace cesty



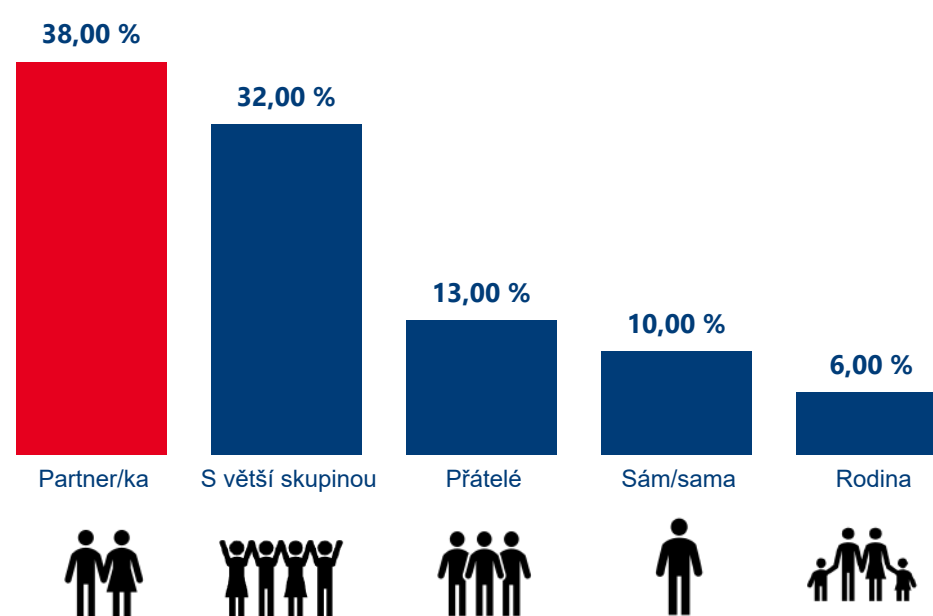
Dopravní prostředek



Informační zdroj návštěvníka



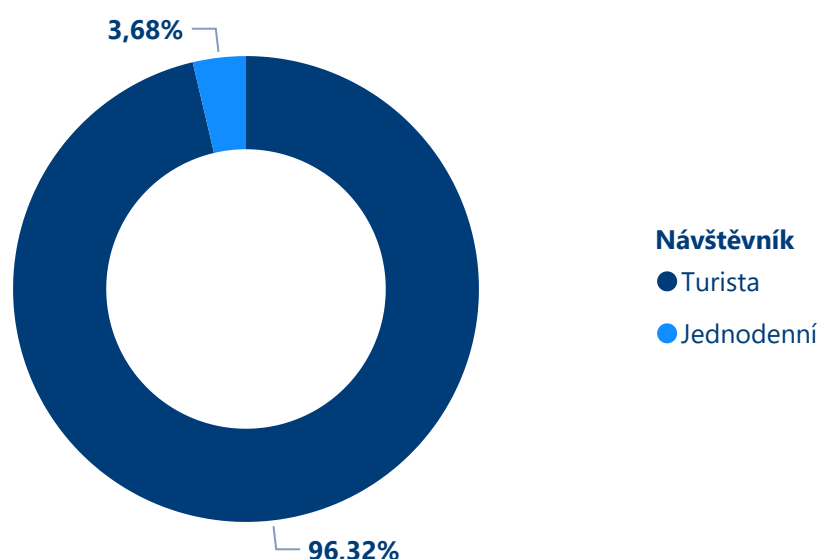
Doprovod návštěvníka





Profil japonského návštěvníka v Česku

Struktura návštěvníků

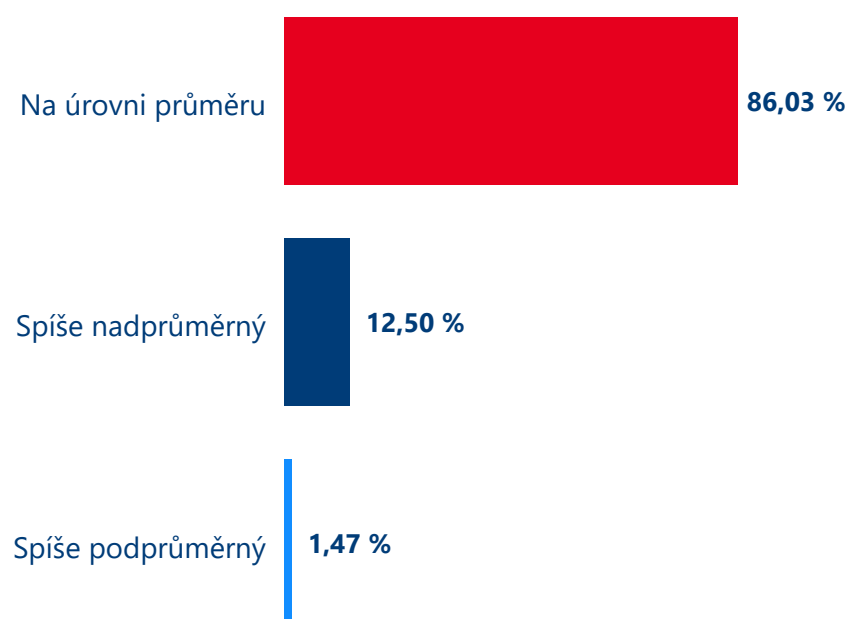


Zdrojová města

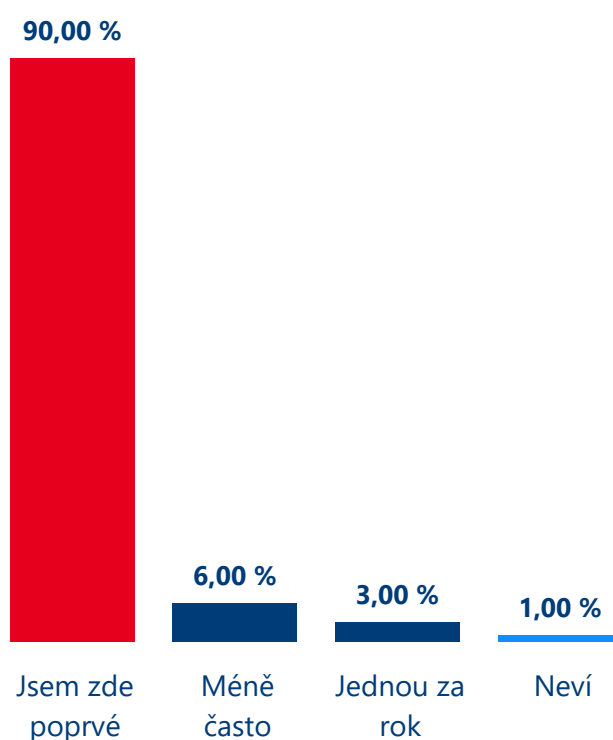
Nejvíce Japonců cestujících do České republiky pochází z následujících měst:

- Tokio
- Kawasaki
- Jokohama
- Ósaka
- Kóbe
- Nagoya
- Fukuoka
- Kagošima
- Naha

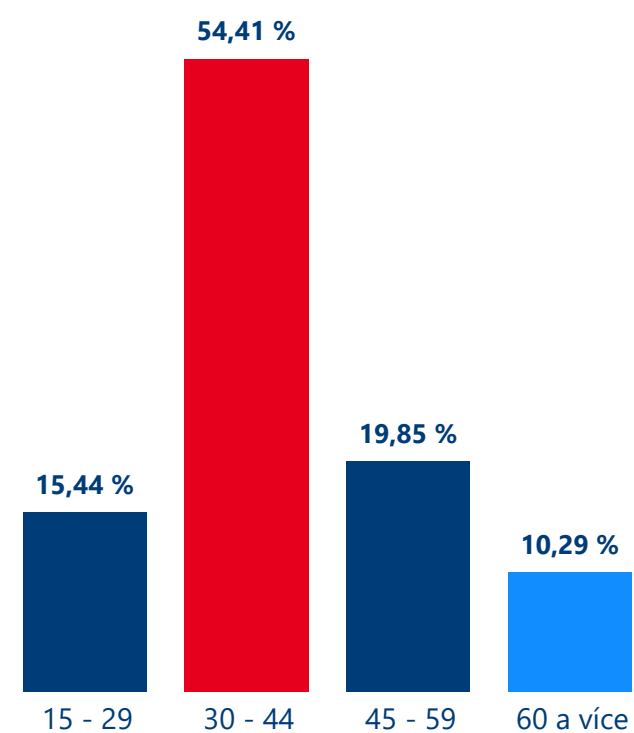
Příjmová úroveň domácností



Frekvence návštěv



Věková struktura návštěvníků



Průměrné výdaje na os/den (v CZK)

5 682

Před cestou

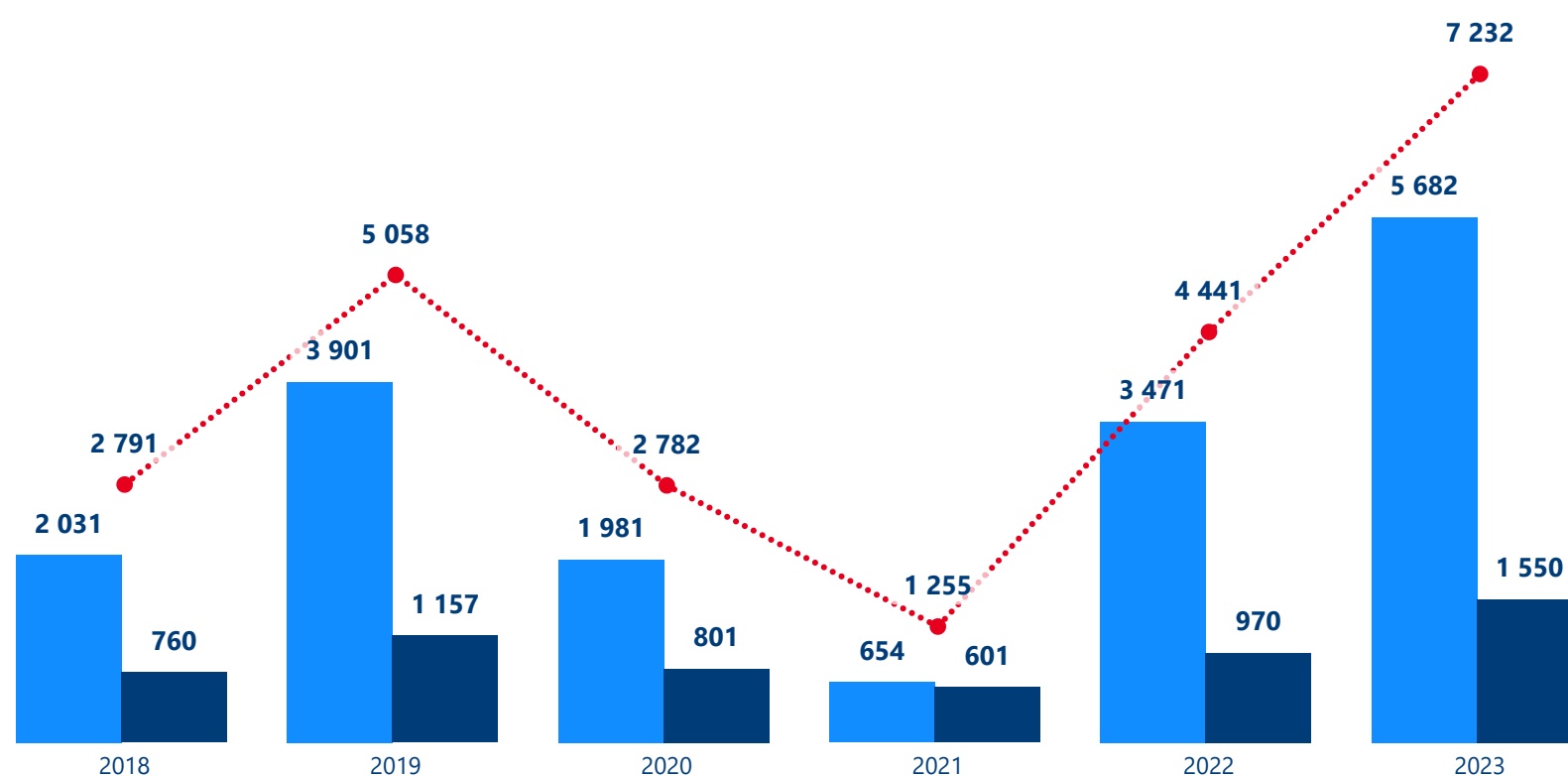
1 550

Během cesty

7 232

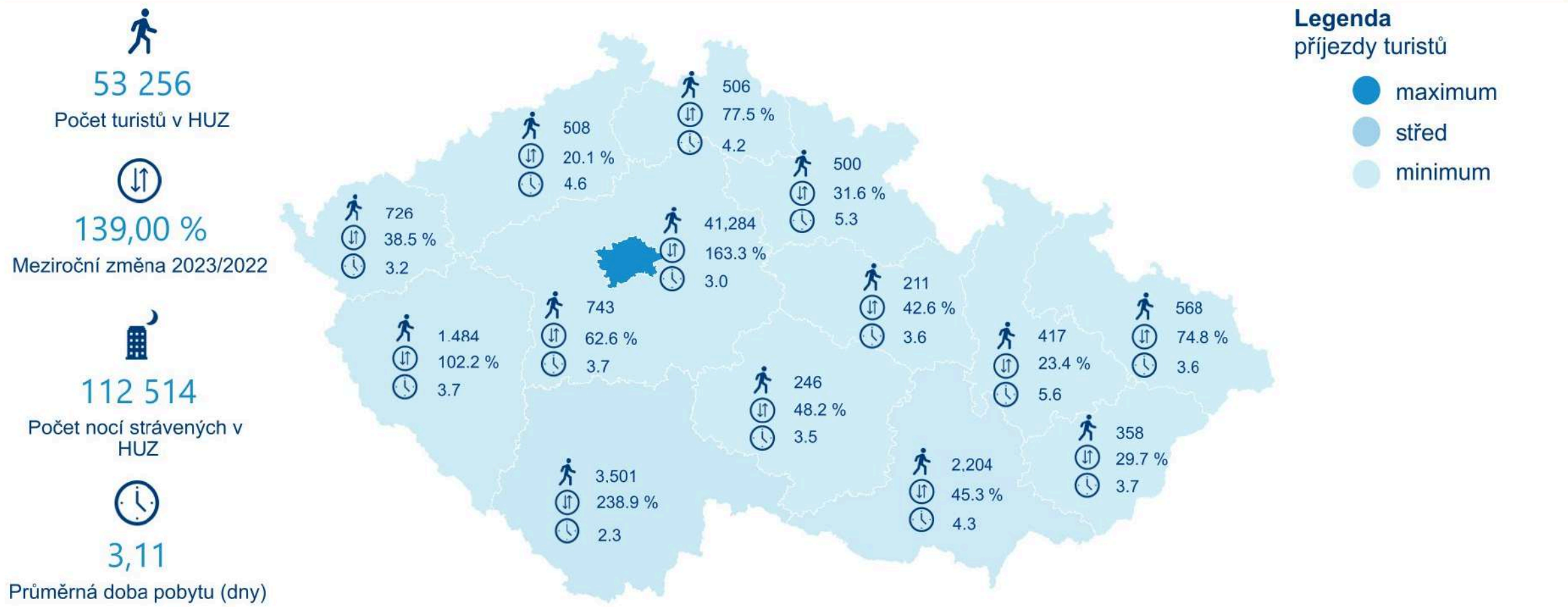
Celkem

● Před cestou ● Během cesty ● Celkem

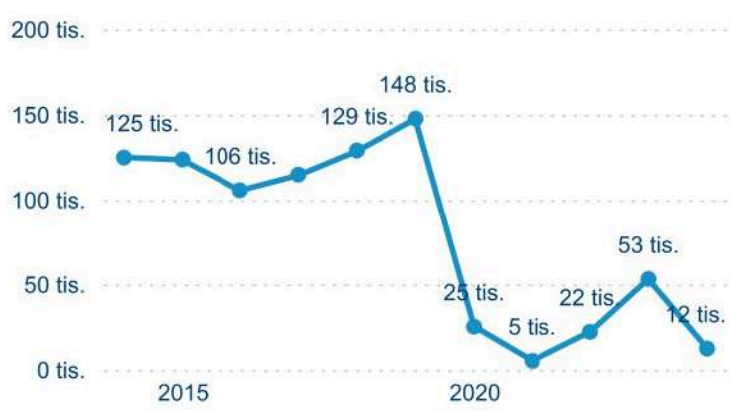




Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



Počet turistů v HUZ



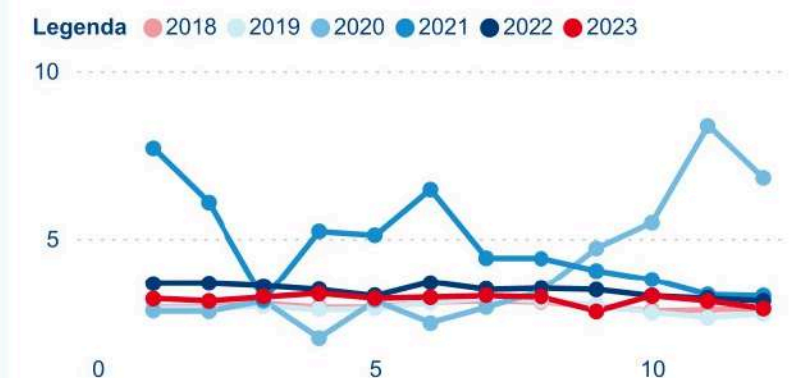
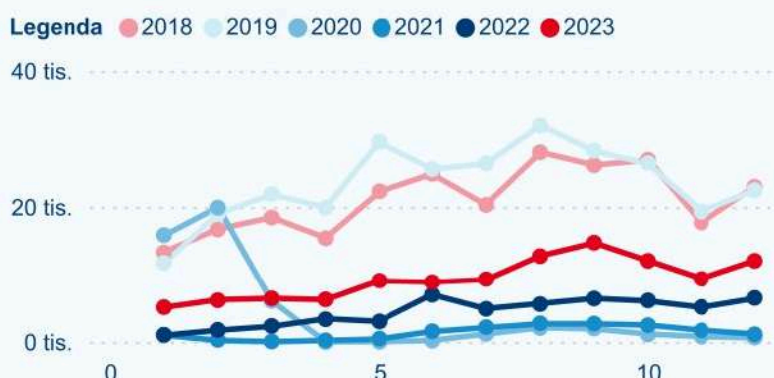
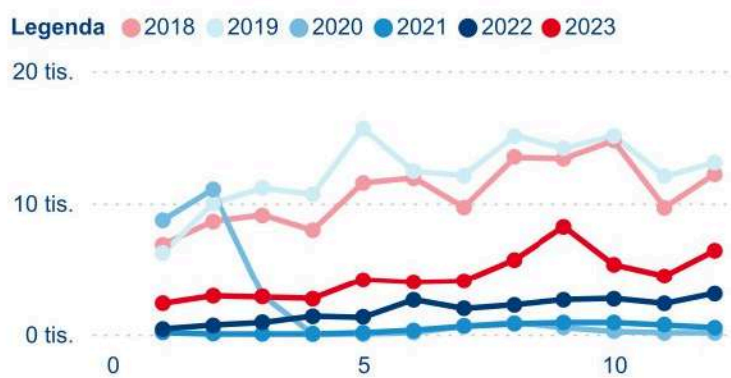
Počet přenocování v HUZ



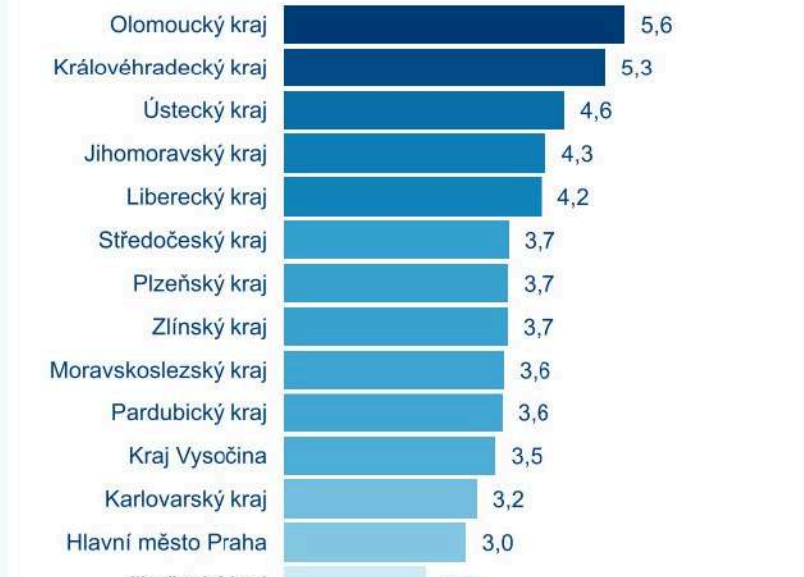
Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích



Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

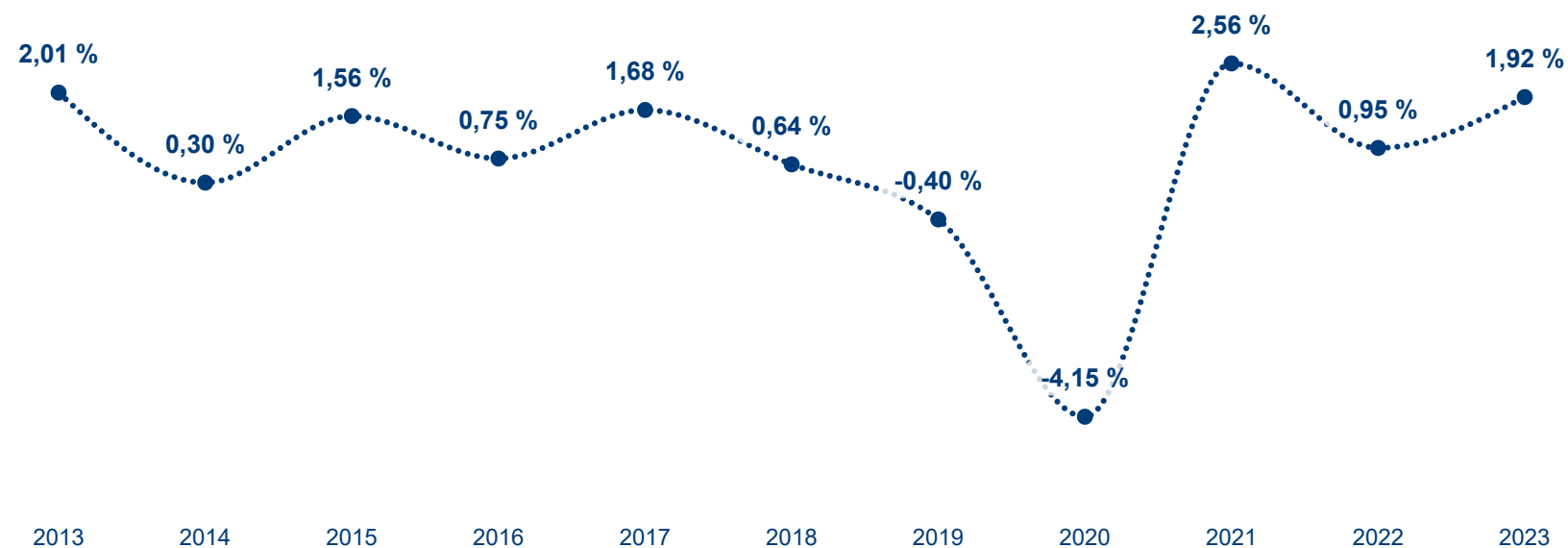


Makroekonomická data

Meziroční růst HDP (%) ¹

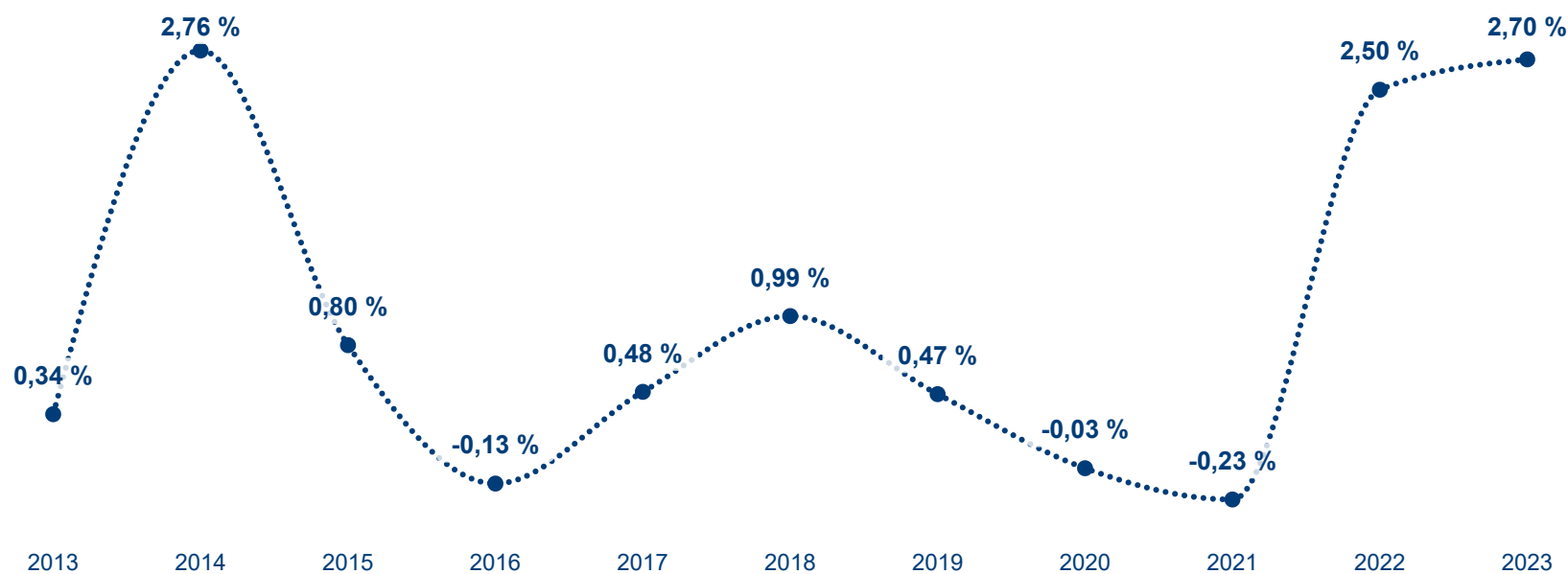
1,92 %

Meziroční růst HDP 2023

Roční míra inflace (%) ²

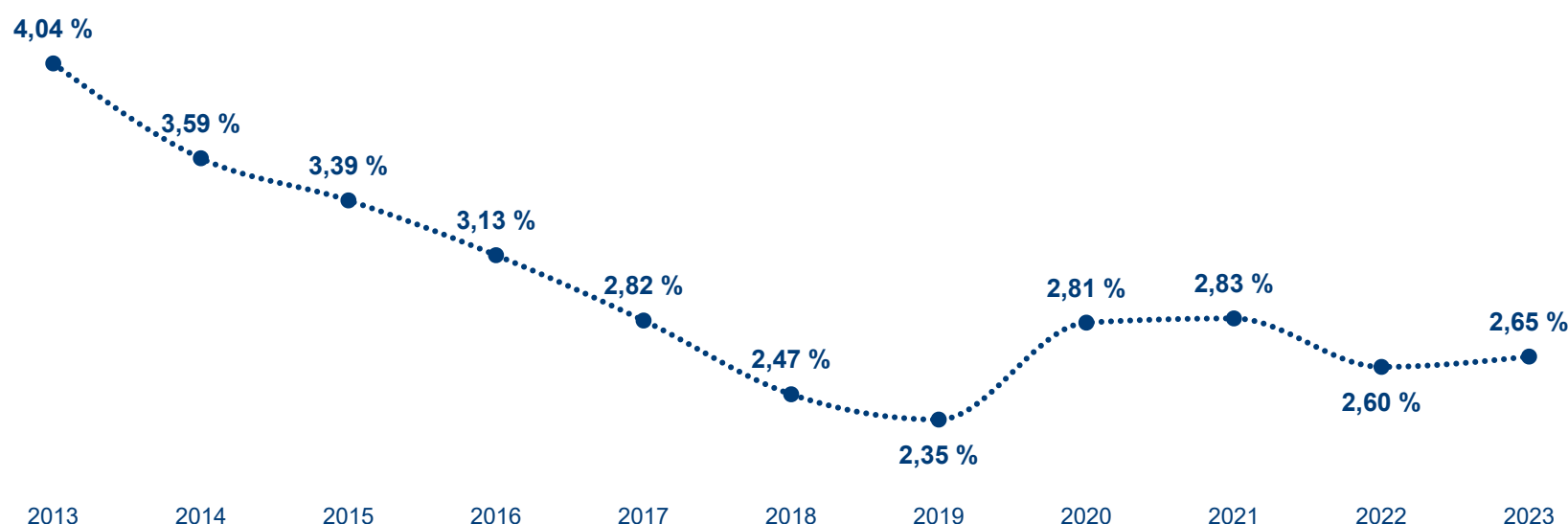
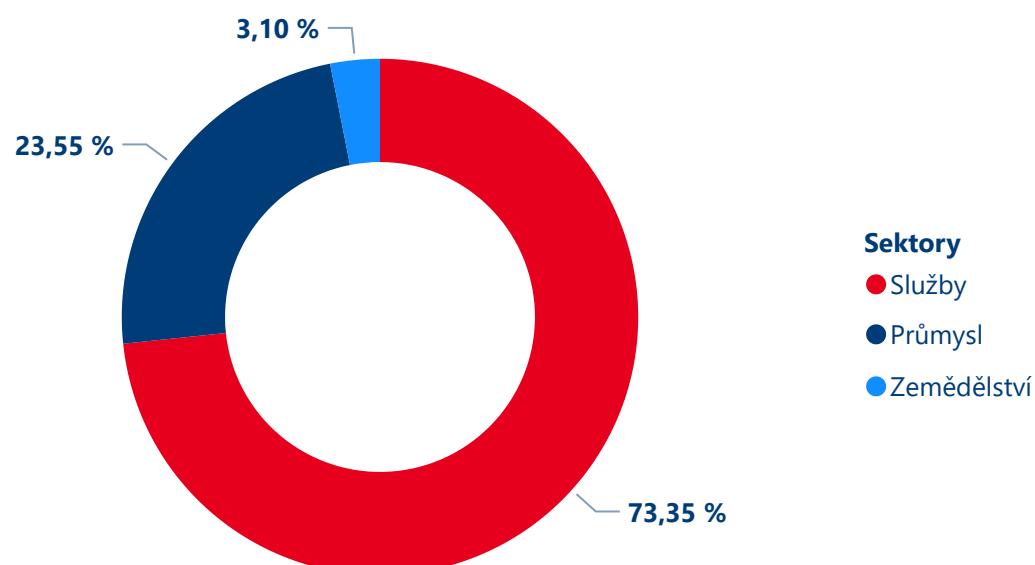
2,70 %

Míra inflace 2023

Nezaměstnanost ³

2,65 %

Nezaměstnanost 2023

Zaměstnanost podle sektoru 2022⁴

Průměrný roční příjem v Japonsku 2022

4,58 mil JPY

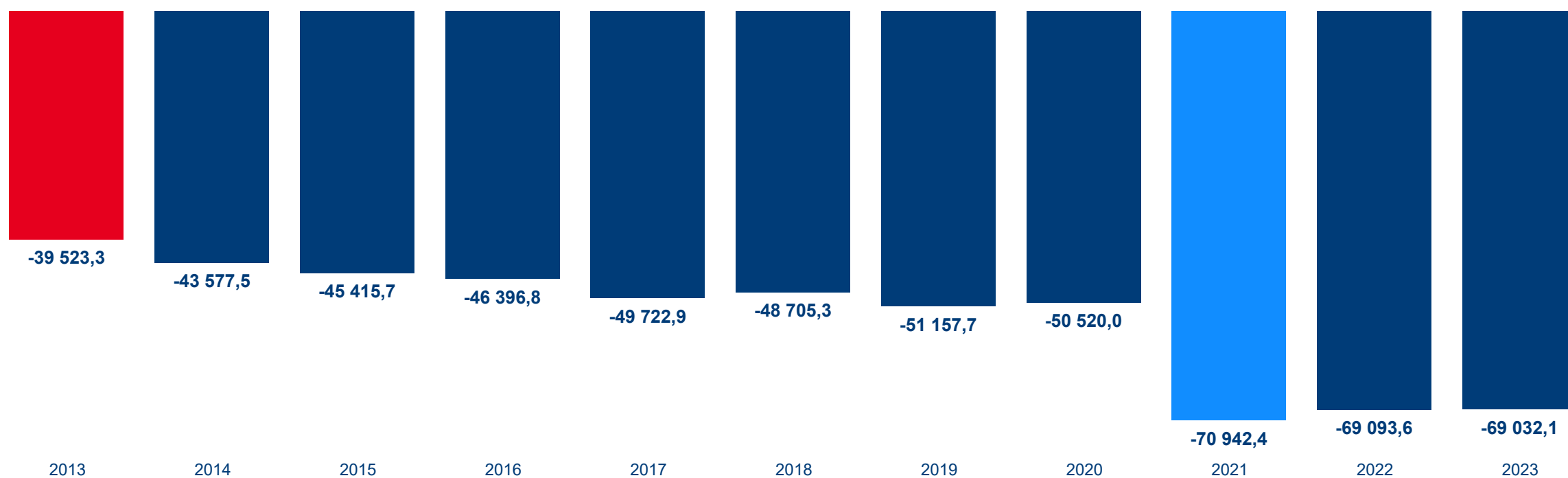
Minimální měsíční mzda v Japonsku 2022

1 004 JPY/h



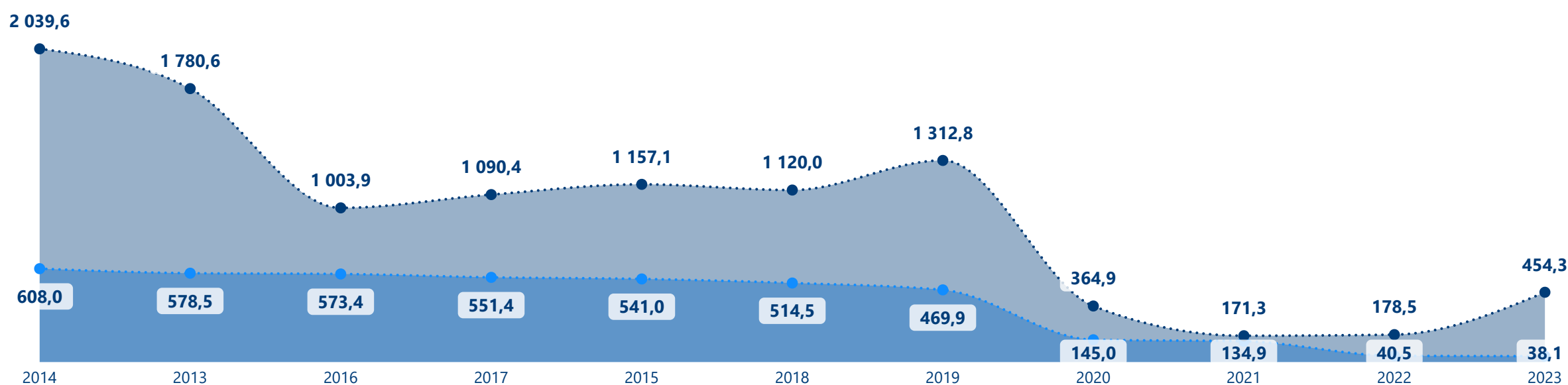
Makroekonomická data

Saldo běžného účtu platební bilance (v mil CZK)

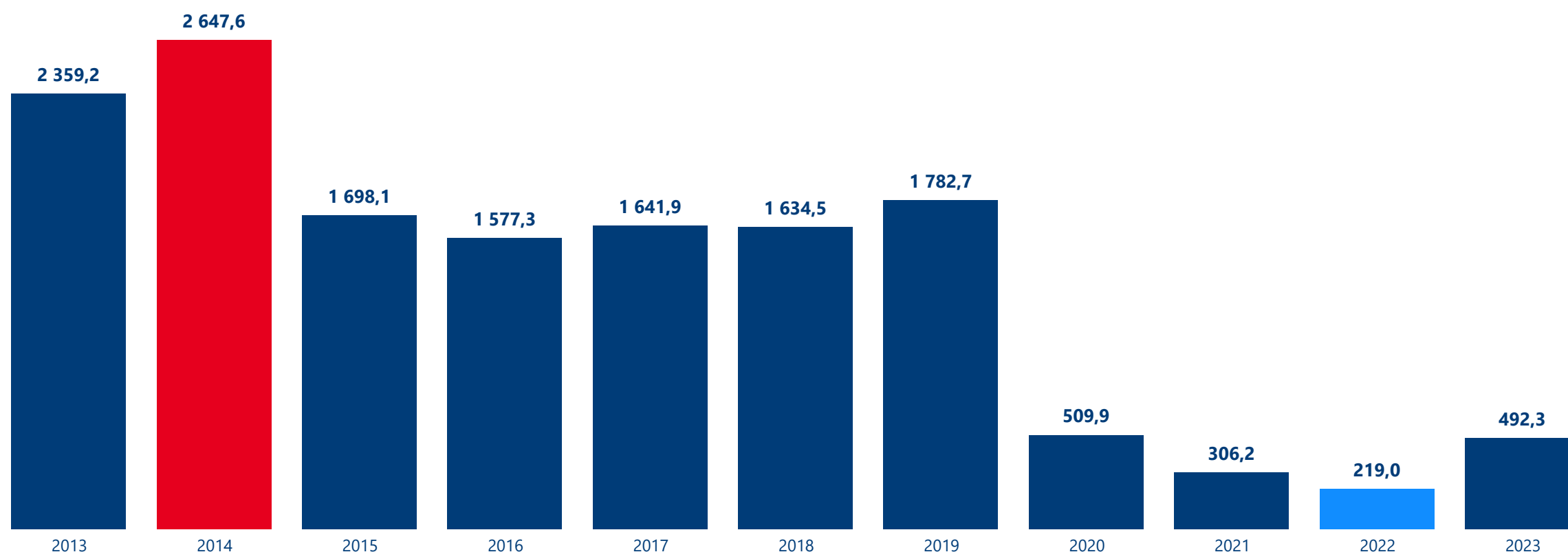


Saldo PB cestovní ruch - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK)

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty



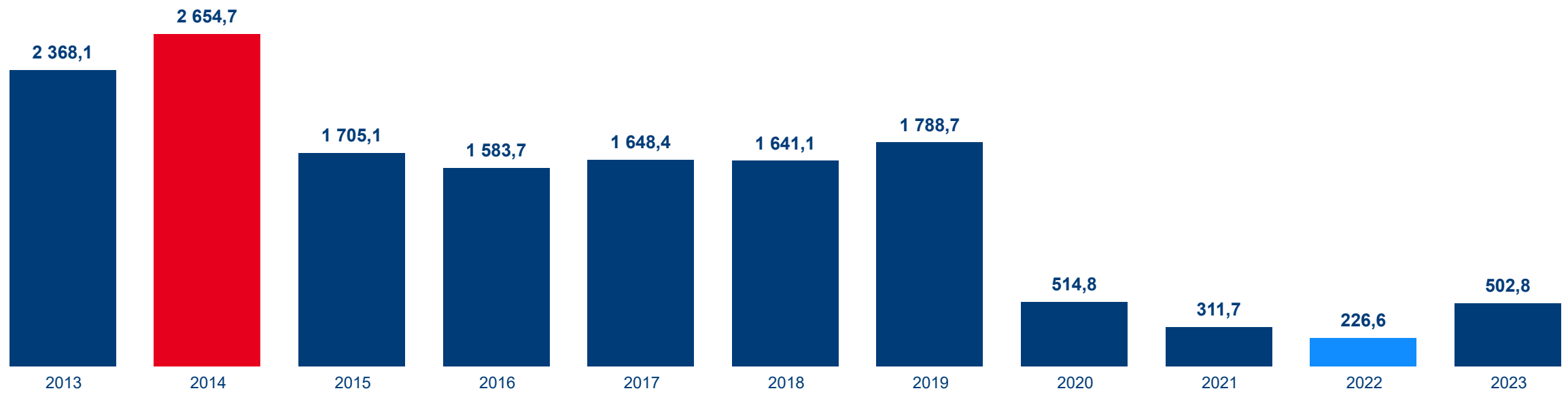
Saldo PB cestovní ruch - celkem (v mil CZK)





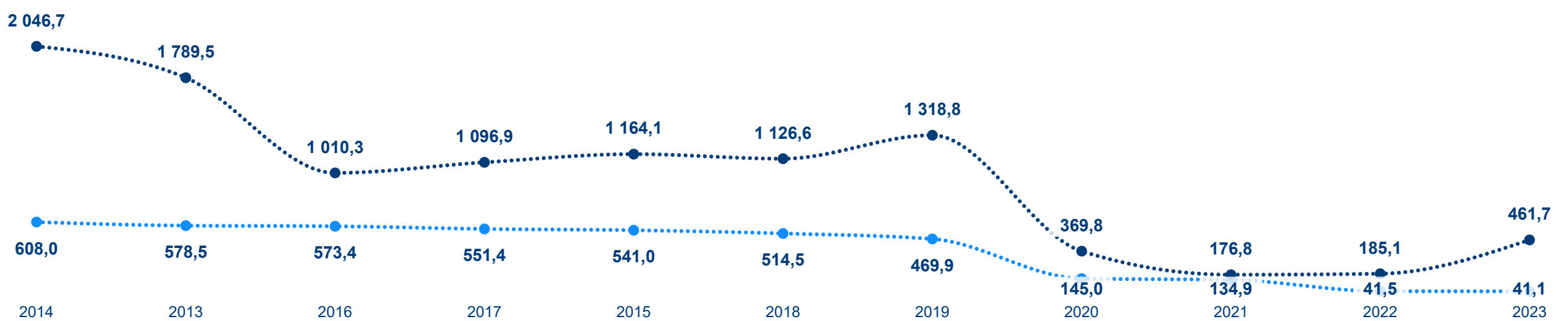
Makroekonomická data a turismus

Celkové příjmy z cestovního ruchu (v mil CZK) ¹

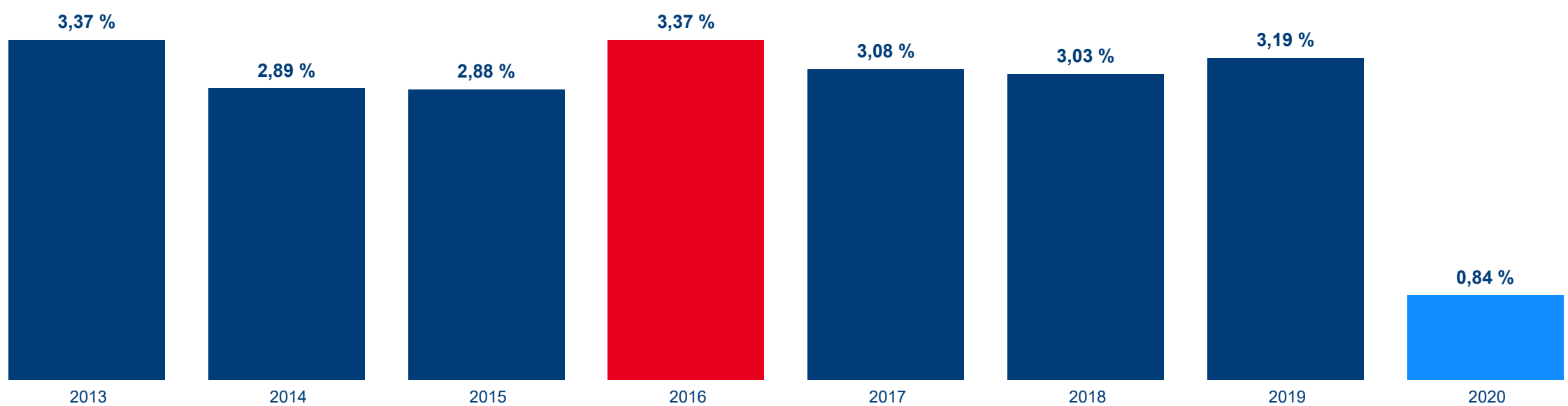


Příjmy - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK) ¹

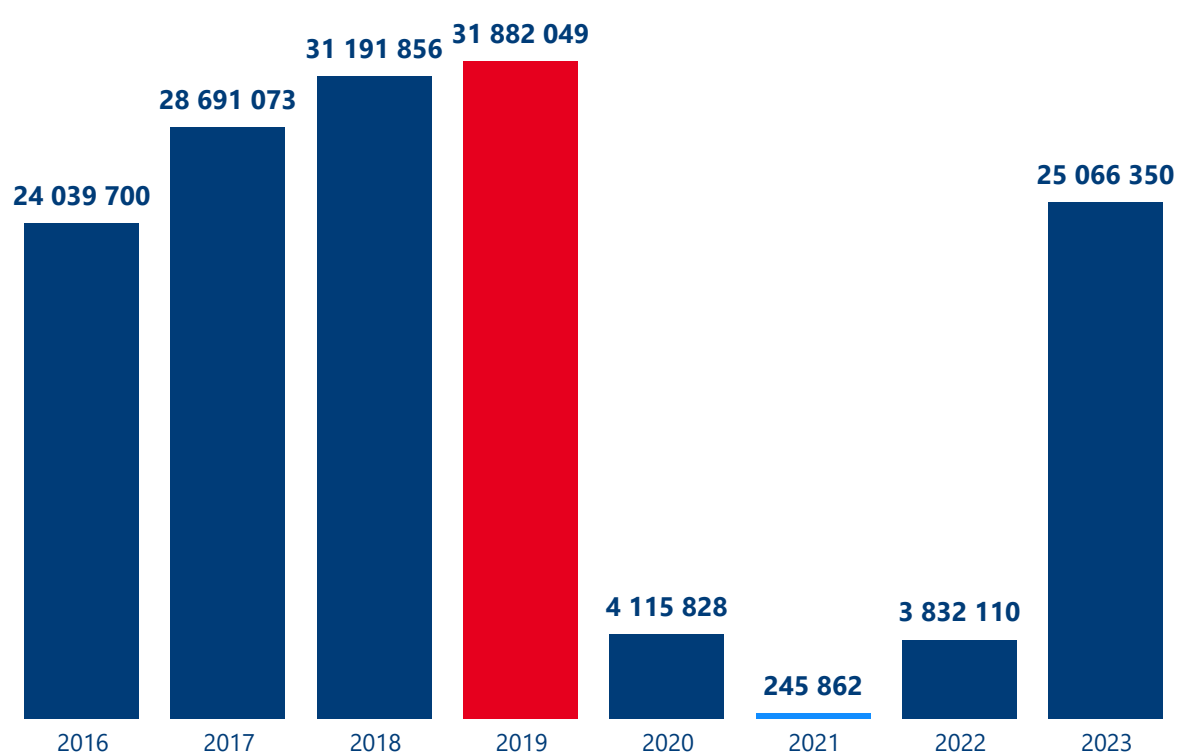
● Pracovní cesty ● Soukromé cesty



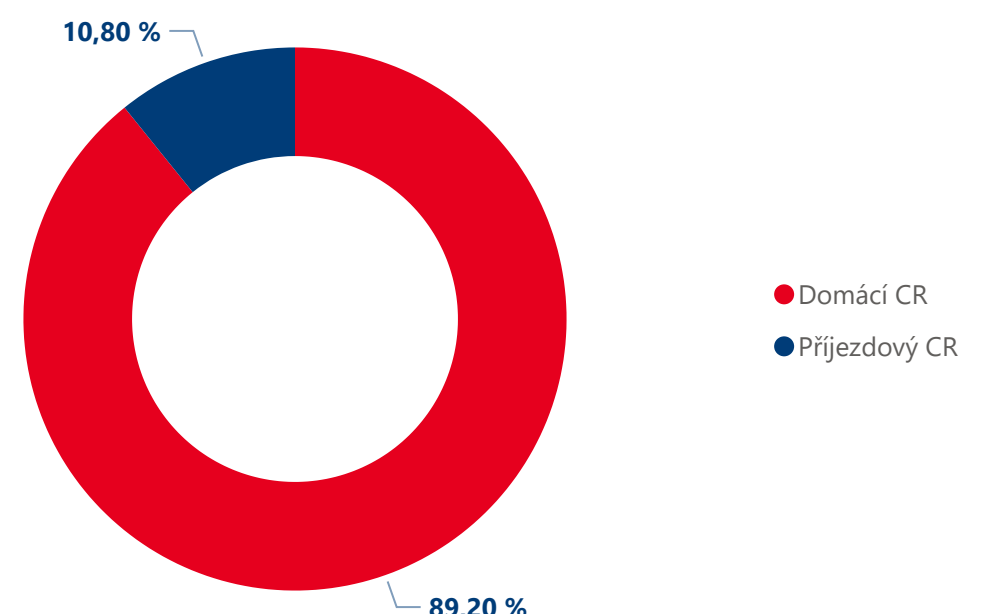
Výdaje na zahraniční CR (v %) ²



Příjezdy zahraničních turistů do Japonska ³



Příjezdový a domácí CR v Japonsku 2023 (v %) ⁴



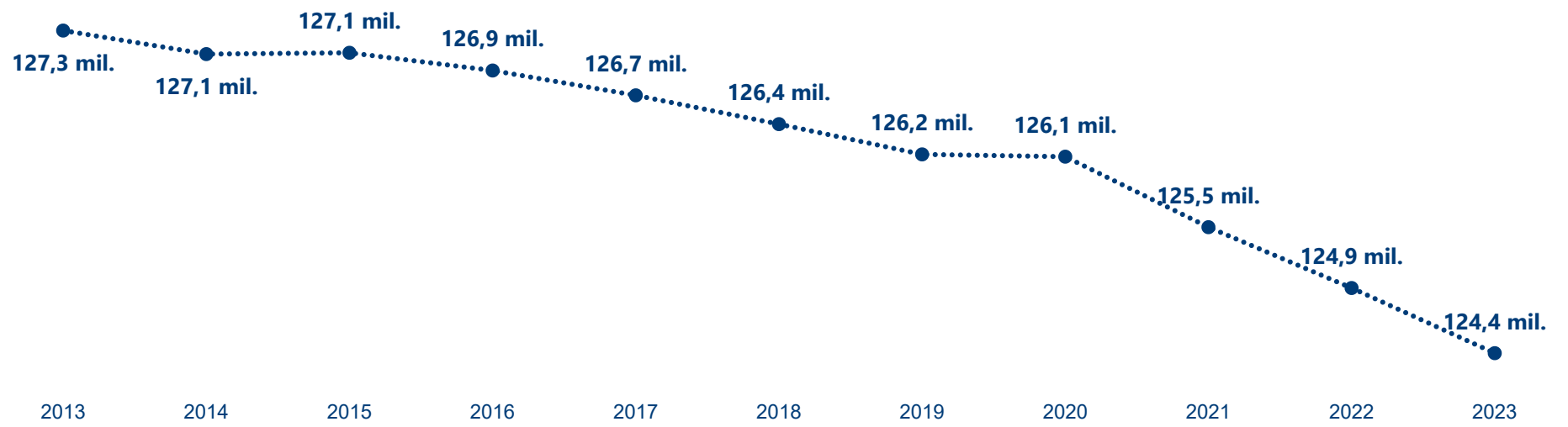


Sociodemografická data

Počet obyvatel ¹

124 351 877

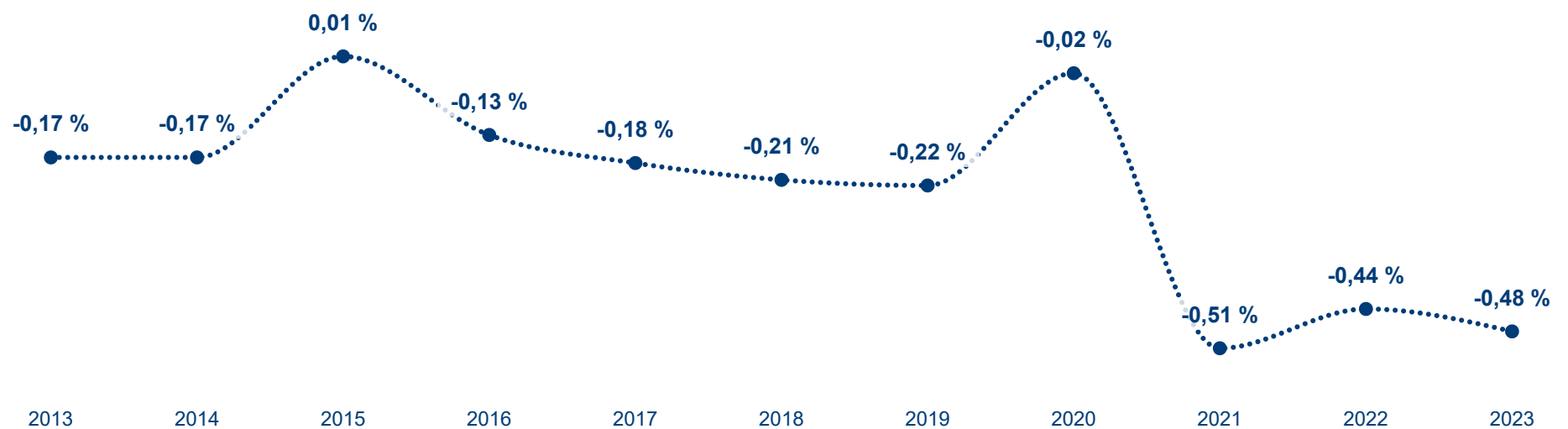
Počet obyvatel 2023



Meziroční růst populace ¹

-0,48 %

Přírůstek populace 2023



Složení obyvatelstva: ¹

- 97,4 % Japonci
- 2,6 % cizinci

Hustota osídlení: ²

- 340,06 obyv./km²

Věková struktura: ²

- do 15 let 12,3 %
- 15 - 64 let 60,0 %
- nad 65 let 27,7 %
- nad 75 let 13,8 %

Vzdělanost ²

- **99,96 %** Japonců má dokončenou povinnou školní docházku tj. základní školu a nižší střední školu (junior high school; 6 - 15 let)

Další informace o vyšších stupních vzdělání:

- na další stupeň pokračovalo **98,8 %** absolventů
- na terciální stupeň pokračovalo **59,6 %** absolventů

Konkrétní počty obyvatel s dokončeným vyšším stupněm vzdělání nejsou k dispozici.

Náboženství a náboženské zvyklosti

Pro obyvatele Japonska je typický synkretický přístup k náboženství. Lidé se k žádnému z nich oficiálně nehlásí, ale v běžném životě praktikují hned několik náboženských směrů. Mezi nejvýznamnější se řadí tradiční japonské náboženství – šintoismus, dále různé školy buddhismu a v malé míře křesťanství.

Šintoismus je založený na respektu k přírodním silám. Uctívají se stromy, tůně, kameny a další předměty, kde dlí „božstvo“, tzv. „kami“. Po celém Japonsku se nachází několik milionů svatyní. V průběhu roku pořádají některé svatyně festivaly s různou tematikou. Oblíbené jsou omamori, ochranné amulety, či omikudži, papírky s věštbou.

Buddhismus se dostal do Japonska z Koreje a Číny. Nejrozšířenější jsou učení zen, amidismus a Ničirenův buddhismus.

Křesťanství začalo do Japonska pronikat v 16. století, nicméně záhy bylo potlačeno a znovu se začalo prosazovat až v 19. století. Kromě cca 1 % etnických Japonců se k němu hlásí zejména cizinci (Filipínci, Korejci, Brazilci).



Metodika a odkazy

Country reporty zahrnují kombinovaná data z různých zdrojů, které jsou vždy uvedeny:

Countrymeters: Data na základě databáze UN Department of Economic and Social Affairs, Population Division (countrymeters.info)

ČNB: Data České národní banky (údaje ze statistiky platební bilance)

ČSÚ: Data Českého statistického úřadu (data ze statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení)

e-stat (Portal Site of official Statistics of Japan): Statistický úřad Japonska

JNTO (Japan National Tourism Organization - [Japan Tourism Statistics](#)): Národní organizace cestovního ruchu Japonska

JTB (JTB Corporation): Největší cestovní kancelář v Japonsku

Statista: Online platforma specializující se na sběr a vizualizaci dat

Tracking: Data CzechTourism z výběrového šetření "Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu" (data o marketingové segmentaci a spotřebitelském chování návštěvníků)

World Bank: Data Světové banky (makroekonomická data trhu, demografická data)

Výdaje na zahraniční cestovní ruch (ZCR) v %: Podíl výdajů na ZCR k celkovému exportu dané ekonomiky

Turista: osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu delší než 24 hodin (a kratší než 1 rok), přičemž nemá z pobytu v této destinaci příjem. V praxi: účastník cestovního ruchu, který v navštívené destinaci nejméně jedenkrát přenocuje.

Výletník (též jednodenní návštěvník): osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu kratší než 24 hodin (tedy v destinaci nepřenocuje).

CR: cestovní ruch

PCR: příjezdový cestovní ruch (incoming)

DCR: domácí (tuzemský) cestovní ruch

HUZ (hromadná ubytovací zařízení): zařízení s minimálně 5 pokoji a zároveň 10 lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu

IUZ (individuální ubytovací zařízení)

Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách

Sestava Tracking



Sestava HUZ



Country report Japonsko 2019



Zpracováno Institutem turismu
institut@czechtourism.cz
tourdata.cz

Zahraniční zastoupení v Japonsku s působností pro Tchaj-wan

Štěpán Pavlík
ředitel ZZ Japonsko
pavlik@czechtourism.com

© CzechTourism 2024

Obsah je chráněn autorským právem. Užití díla pro komerční účely je možné pouze se souhlasem autora.