

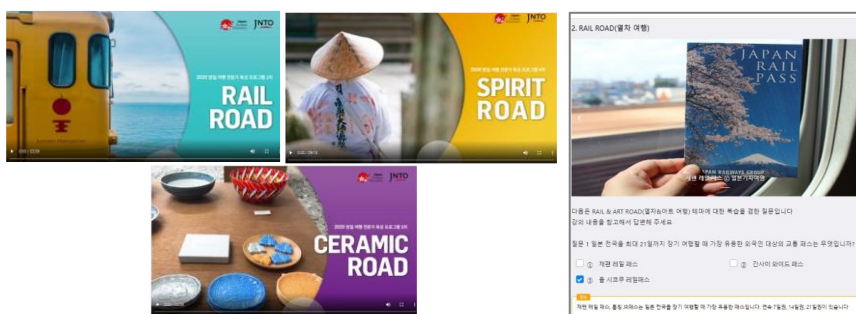
【韓国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 2,000 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 1,100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020 年 3 月 9 日から日本入国における検疫強化、査証の無効化等の対象となっている。国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、10 月 8 日から運用されていた「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が、2021 年 1 月 14 日以降、停止されたこと等も影響し、訪日者数は低調に推移している。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✿ 韓国の旅行会社を対象に、日本旅行の専門家育成を目的としたオンラインセミナーを開催した。本セミナーは専門知識の習得を目的としているため難易度を高く設定していたが、受講者の意欲も高く、5回すべてのセミナーを修了した者は 96 名に上った。



<オンラインセミナー画面イメージ>



<修了証>

- ✿ ソウル事務所の Instagram では、月に 1 度ストーリー機能を活用し、日本の各地域からフォロワー宛に手紙が届いているかのような投稿をしている。手紙ならではの親しみのある文体にて渡航再開後の訪日を待ち望むメッセージを発信すると、フォロワーからは返信メッセージが投稿されるなど、好意的に受け止められている。また Facebook では、投稿画像のサイズの最適化を行い、情報発信効果を高める工夫を行っている。



<Instagram 投稿画像>



<Facebook 投稿>

【中国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日中国人数は、2019 年同月比 99.4%減の 4,000 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日中国人数は、2019 年同月比 99.5%減の 3,300 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離、査証の効力停止等の対象となっている。2020 年 4 月 21 日以降、中国政府外交部より海外旅行自粛の指示が出されていることから、観光客の渡航は実質的に不可能な状況が続いている。国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として 11 月 30 日から運用が開始された「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」は、2021 年 1 月 14 日、緊急事態解除宣言が発せられて以降運用停止となり、宣言解除後も当分の間は停止が継続されている。自国民の日本からの入国については、14 日間の施設での隔離等が求められている。日本への直行便は、3-4 月も引き続き大幅な運休・減便であった。

3-4 月の主なプロモーション活動

● 中国における訪日旅行促進プロモーション

中国大手メディアである新浪網と連携し、1 月末から 3 月中旬にかけて中国で影響力の大きいインフルエンサーを活用したキャンペーンを実施、SNS を中心に話題性の醸成を図った。#日本不見不散(日本必ず会いましょう) #というハッシュタグを付けて日本旅行の思い出を投稿するプレゼントキャンペーンやインフルエンサーが日本旅行の思い出やお薦めの観光地を紹介するトーク番組の生配信を行った。ハッシュタグ付き投稿の閲覧数は合計で 3 億人を超え、キャンペーン期間中に JNTO の微博では 13 万人以上のフォロワーの増加に繋がった。また、3 月にはインターネット上で動画視聴者に対しアンケート調査を実施したところ、今後の海外旅行の際に重視する条件は、「目的地の感染者ゼロ」が最も高く、「ワクチンの普及」「隔離免除」が続いた。



#日本不见不散#ハッシュタグページ



配信動画

● 中国における訪日旅行ウェビナーの実施

3 月 10 日に旅行会社向けウェビナーを開催し、211 名が参加した。新型コロナウイルス感染収束後の訪日旅行の興味喚起、販売促進を図るべく、『コロナ収束後、訪日旅行の需要分析及び深度遊案内』や『日本における最新のラグジュアリートラベル市場分析』といったテーマについて講演した。実施後のアンケートでは、訪日旅行のツアー造成及び販売促進の再開時期について、50%以上の回答者が「出入国制限が解除されればすぐ」と回答した。



ウェビナーロゴ



講演の様子

【台湾】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日台湾人数は、2019 年同月比 99.9%減の 600 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日台湾人数は、2019 年同月比 99.9%減の 400 人であった。
- 3・4 月も、新型コロナウイルス感染症の拡大により、訪日者数は 400 から 600 人の水準であった。日本政府による 14 日間の隔離等、査証免除措置の停止の対象となっており、11 月 1 日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診対象指定が解除されたものの、2021 年 1 月 9 日の緊急事態宣言発令に伴い、同解除宣言が発せられるまでの間上陸時の PCR 検査等が求められるようになっている。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9 月 8 日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降運用が停止されている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 1 月 22 日から 2 月 18 日にかけて、Facebook 及び Instagram で日本写真募集キャンペーンを実施した。「訪日旅行で撮ったサイバーパンクな写真」を投稿するキャンペーンで、100 枚以上の応募があった。優勝作品は Facebook カバー写真掲載を副賞とする等、参加意欲を掻き立て、渡航不能な期間の訪日興味の維持を図った。



(募集用キービジュアル)



(カバー写真掲載)

- 3 月に、日本の冬に関する記事や動画を集積した特設ページを公開した。動画には台湾で人気のバンド「宇宙人」を起用し、台湾と日本それぞれで撮影した冬の山陰を旅するイメージ動画と、台湾の一般消費者から募集した日本の冬動画や写真を盛り込んだ動画を作成し、日本の冬の魅力を PR した。



(動画写真募集用キービジュアル)



(冬特設ページの一部)

【香港】

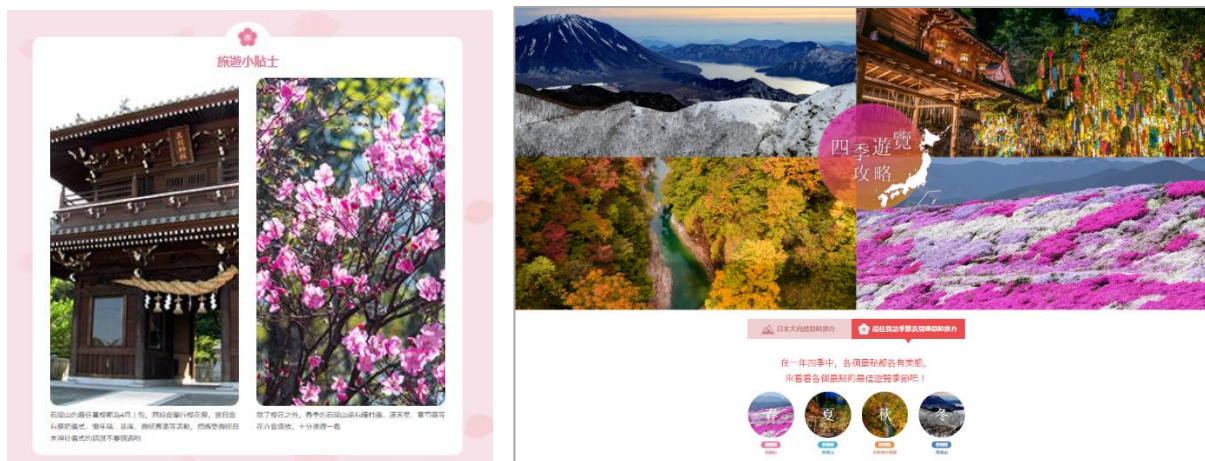
3-4 月的市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日香港人数は、2019 年同月比 100.0%減の 60 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日香港人数は、2019 年同月比 100.0%減の 60 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象が続いている。香港政府からは海外からの入境時の PCR 検査等の受診及び 21 日間のホテルでの隔離等が義務付けられている。検疫措置の延長・強化により香港人の海外渡航の負担が増したこと等により、両月ともに訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- オンラインで楽しめる消費者参加型コンテンツとして、ユーザーが自分の日本訪問歴と各都道府県への経験をもとに、それぞれの日本地図を生成し、Facebook ヘシエアすることができるオンラインコンテンツを実施。訪日旅行ができない期間でも訪日旅行意欲を維持向上するキャンペーンを行った。
- アフターコロナに想定されるトレンドと、香港内でハイキング等の自然を楽しむアクティビティが増えている傾向をふまえ、日本の自然をテーマにした以下のオンラインプロモーションを実施。季節によって違いが楽しめる日本の大自然スポットを紹介に加え、お花見に関する一般消費者アンケート調査と、函館から中継したお花見オンラインライブを実施した。

<https://welcome2japan.hk/alwaysareason/apr2021/season/>



<https://welcome2japan.hk/alwaysareason/sakurafromhome/>



【タイ】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021年3月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.9%減の100人であった。
- 2021年4月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.9%減の200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による14日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている(なお、タイに対する感染症危険情報のレベル2への引き下げに伴い、2020年11月1日から上陸拒否及び上陸時のPCR検査受検等の対象指定が解除されていたが、緊急事態宣言の発令に伴い、2021年1月9日から当分の間、上陸時のPCR検査等が求められるようになっている。)。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年7月29日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021年1月14日以降、当分の間、運用が停止されている。なお、2021年4月13日以降、当該国内で変異ウイルスの感染者が確認された当該政府当局が発表している国・地域として、当分の間、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。出国制限はないものの、タイ民間航空局はタイ政府が許可した臨時便、特別便を除き、通常旅客便の運航を引き続き禁止している。自国民の日本からの入国については、最低14日間の隔離が義務付けられている。

3-4 月の主なプロモーション活動

＊ SNS での情報発信

旅行に行けない現在においても、日本への親近感・潜在的な訪日意欲の向上を目的に Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>) での情報発信を継続して毎日実施中。



(京町屋)

4/19 情緒溢れる街並みに風情ある中庭等、日本の古き良き伝統建築はリピーター層を中心に人気があり、高いエンゲージメントの投稿となった。
(約 4.5 万リーチ、2.7 千エンゲージメント、1.4 千いいね、43 コメント、159 シェア)



(岩手の桜)

4/27 「花」系コンテンツを好む人が多く、色合いがはっきりしていて、4月の投稿の中でもエンゲージメント率が最も高い人気の投稿となった。
(約 3.6 万リーチ、2.8 千エンゲージメント、1.5 千いいね、70 コメント、136 シェア)

- ＊ タイ旅行会社向けウェビナーの実施
12月～3月にかけて全6回実施。「高付加価値旅行の実現」をテーマに開催し、参加者より好評を得たため、本年度も実施予定。

- ＊ オンライン商談会の実施
3月10日～12日にかけてタイ側旅行会社と日本側観光事業者とのオンライン商談会を実施し、非常に高い評価を得た。



【シンガポール】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021年3月の訪日シンガポール人数は、対2019年同月比99.9%減の60人であった。
- 2021年4月の訪日シンガポール人数は、対2019年同月比99.9%減の40人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による14日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年9月18日から「ビジネストラック」、9月30日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021年1月14日以降、運用が停止されている。また、シンガポールから日本への入国に当たっては、2021年1月31日以降、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。
- シンガポール政府から、一部の国を除き引き続き、海外旅行の延期勧告が出されている。自国民の日本からの入国については、政府指定施設での14日間の隔離と出国72時間前以内/隔離終了時のPCR検査受診が義務付けられている。(5月7日以降は政府指定施設での隔離は21日間に延長、隔離14日目および隔離終了時のPCR検査が義務付けられた。)

3-4 月の主なプロモーション活動

- 1月から実施していたテーマ別オンラインキャンペーン第5弾「極上ご褒美旅」の一環として、3月13日にオンラインイベントを開催した。日本・シンガポール両国でレストランを経営し、日本食への造詣も深い Willin Low をゲストスピーカーに迎え、食を中心とした日本でのご褒美旅体験を語ってもらった他、JR九州との連携により、観光列車の乗車体験、日田市からの街歩きライブ配信等を行った。イベントには、リアルタイムで178名が参加、事後には7,700人以上が視聴した。視聴後アンケートでは99%が日本に行きたくなった、91%が九州に興味を持ったと回答した。参加者の93%は訪日経験があり、うち62%が5回以上の訪日経験を有していたことから、コロナ禍においてもリピーターを中心に日本に高い関心を持ち続け、かつ、新しい訪問先の情報を求めていることが感じられた。
- シンガポール政府観光局と連携し、日本・シンガポール国交樹立55周年を祝うSJ55キャンペーンを展開。4月27日に特設ページ(<https://japanbyjapan.com/SJ55>)を開設した。特設ページでは、シンガポールで楽しめる日本関連のイベント等を紹介。在星日本大使館・JETRO・日本商工会議所等の協力のもと、シンガポールの観光施設、旅行・食・文化関連企業・団体等計46団体(5月18日時点)が本キャンペーンに参加し、シンガポールにいながらにして、様々な形で日本を楽しめるプロジェクトを企画している。



極上ご褒美旅オンラインイベントページ



SJ55 特設ページ

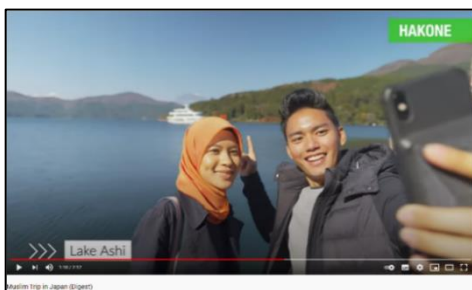
【マレーシア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 99.8.0%減の 100 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020 年 9 月 8 日から「レジデストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、当分の間、運用が停止されている。なお、2021 年 5 月 4 日以降、当該国内で変異ウイルスの感染者が確認されたと当該政府当局が発表している国・地域として、当分の間、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。
マレーシア政府から出された活動制限令により出国禁止が継続されており、自国民の日本からの入国については、出発 3 日前のスクワ検査と 14 日間の隔離、隔離施設退出 2 日前の PCR 検査受検が義務付けられている。

3-4 月の主なプロモーション活動

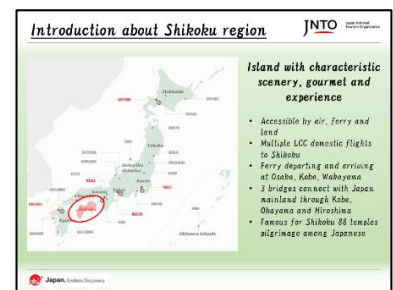
- ◆ ムスリム層の訪日観光における不安を払拭し、将来的な訪日旅行を促進するため、季節によって変わる景観やムスリムに配慮した食の多様性等についてムスリム目線でのプロモーション動画を制作し、JNTO が運営するムスリムウェブサイト(<https://muslimguide.jnto.go.jp/eng/>)及びクアラ Lumpur 事務所が運営する YouTube チャンネル (<https://www.youtube.com/channel/UCpr9aVOci8oOitKneNDLIMw>)へ動画を掲載した。
- ◆ 新型コロナウイルス終息後の旅行先の選択肢となるように、中国、四国、九州、沖縄のモデルコースやインスタ映えスポットを紹介するページをマレーシアウェブサイト内に公開した。
- ◆ 新型コロナウイルス終息後、マレーシアからの訪日送客と旅行消費の回復を図ることを目的に、3 月に旅行会社、航空会社を対象としたウェビナーを全 3 回実施した。



ムスリム層向けプロモーション動画



モデルコース・インスタ映えスポット
紹介ページ



ウェビナー資料

【インドネシア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 99.2%減の 300 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 200 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、インドネシア政府の日本に対する渡航延期勧告、日本政府による検疫強化・査証の効力停止等は継続している。また、変異ウイルスの感染者が確認されたとして、2021 年 3 月 23 日以降、当面訪日の為には誓約書の提出等、検疫強化の対象となっていることもあり、訪日客数は低迷している状況である。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ ムスリムの訪日観光における食事等の不安を払拭するため、ムスリム対応施設や旅行者にとって有用な情報等を伝える動画を、インドネシアとマレーシア向けに制作した。動画は、JNTO が運営するムスリム向けウェブサイト (<https://muslimguide.jnto.go.jp/id/>) のトップに掲載するとともに、JNTO ジャカルタ事務所公式 YouTube チャンネル (<https://www.youtube.com/c/KunjungiJepangBersamaJNTO>) でも公開をし、情報発信の強化を行った。



- ✳ 日本在住の KOL で YouTuber の Jerome Polin 氏とコラボしたアクティビティを行った。Jerome 氏の Instagram 投稿のコメント欄に、日本で一番行きたい場所を投稿してもらうもの。コメントは、3,500 件以上寄せられ、その多くは、ゴールデンルートのスポットのほか、北海道や九州など日本各地が挙げられた。また、Jerome 氏が日本を紹介する動画(総務省と静岡朝日テレビが制作)を JNTO ジャカルタ事務所公式 SNS でも紹介した。



Jerome 氏の投稿



JNTO ジャカルタ事務所公式 Instagram の投稿

【フィリピン】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 200 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 200 人であった。
- フィリピンにおいては、2020 年 10 月 21 日よりフィリピン人の自由な海外渡航が許可されたが、自国民の日本からの入国については、14 日間の隔離と入国時の PCR 検査の受診が義務付けられている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ 3 月 29 日、フィリピン旅行会社のうち企業インセンティブツアーに強い会社 13 社を対象に MICE Webinar を実施。「日本の入国制限状況最新アップデート」と「JNTO 及び各地方自治体の MICE 支援プログラム」を紹介。



MICE Webinar 後の質疑応答の様子

- ✳ 東北プロモーションのための日本在住インフルエンサー招請事業実施。4 月 12～15 日(福島・秋田)の日程で日本の美しいライフスタイルを Youtube で配信する Angelaさんを、4 月 22～25 日(宮城・青森)の日程でフィリピンで有名な日本人 Fumiya さんを招請。雪と桜を同時に楽しめる美しい春の東北と東北で楽しめる食やアウトドア体験を中心に撮影し、の SNS アカウントで発信を継続中。Fumiya さんの Facebook ではこれまで 8 回投稿、3.3 万強のいいね！を獲得する等の反響を得た。動画は完成後配信予定。



鶴ヶ城



小岩井農場の県道桜並木



安比高原 スノーボード

【ベトナム】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 200 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 99.5%減 300 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている(なお、ベトナムに対する感染症危険情報のレベル 2 への引き下げに伴い、2020 年 11 月 1 日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診等の対象指定が解除されていたが、緊急事態宣言の発令に伴い、2021 年 1 月 9 日から同解除宣言が発せられるまでの間、上陸時の PCR 検査等が求められている。)。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020 年 7 月 29 日から「レジデンストラック」が、11 月 1 日からは「ビジネストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、当分の間、運用が停止されている。
- 日本への直行便は 2021 年 5 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- JNTO ベトナム語公式 Facebook では、引き続き感染症が終息した際に訪日に繋がるよう、情報発信を行った。



Date: 6-Mar

Content: 壺阪寺



Date: 21-Apr

Content: 東京スカイツリー

- 4 月 17 日、18 日に「第 7 回 JVF (Japan Vietnam festival)」がホーチミン市の 9 月 23 日公園にて開催された。今回はベトナム会場と日本からの映像をつなぎ、リアルイベントとオンライン配信にて実施され、会場には 228,000 名が訪れた。JNTO ブースでは、本イベントに向けて制作した日本に関する基礎情報や、モデルルート、人気の観光地に関する FIT 向けガイドブック (JNTO ハノイ事務所にて作成) を配布し、2 日間で 10,392 名が訪れた。



JNTO ブースの様子



制作した FIT 向けガイドブック

【インド】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021年3月の訪日インド人数は、対2019年同月比96.1%減の700人であった。
- 2021年4月の訪日インド人数は、対2019年同月比96.7%減の600人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14日間の隔離・PCR検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。また、インド政府から発令された海外渡航中止勧告と観光目的以外の人的往来を可能とする二国間協定による臨時便を除く国際旅客便の運航停止が継続している。なお、2021年5月10日以降、インドからのすべての入国者に対する検疫の強化として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、帰国後3日目及び6日目の検査の受検等、検疫強化の対象となっている。日本からの入国については、PCR検査の陰性証明を相手国出国前72時間以内に取得すれば停留措置は免除され、14日間のセルフモニタリングの実施のみとなる。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 元力士を起用し「#GoodnessofJapan」キャンペーンを開始
4月にインドのメディア向けに「#GoodnessofJapan」キャンペーンを開始することをオンライン記者会見で発表した。同キャンペーンでは、南インドの映画『SUMO』（公開予定）に出演するなど、現地で活躍中の元力士田代良徳氏を起用し、コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信および将来的な訪日旅行需要喚起を目的に、テレビCM、OOH、デジタル広告を実施。インドのメディア38社が参加し、東京・大阪・京都・沖縄の旅先を日本の良さ（衛生、安全、清潔、礼儀）をふまえて説明、動画放映、相撲のデモンストレーション実演等をした。メディアからは日本の観光受入再開時期について質問を受けた他、複数のメディアから独占取材依頼が寄せられる等キャンペーンへの関心も高く、後日複数のメディアで紹介された。



オンライン記者会見の様子



相撲デモンストレーション



プロモーション動画放映



現地メディア露出

【豪州】

3-4 月の市場動向トピックス

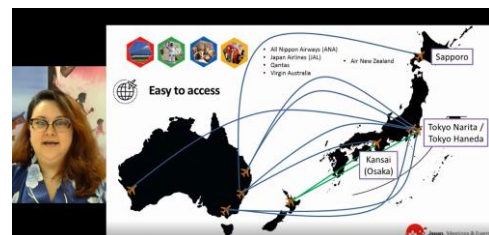
- 2021 年 3 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 99.9%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証免除措置停止、検疫強化の対象となっている。加えて、豪州においては、2020 年 3 月 18 日以降豪州政府により発令されている海外渡航禁止が継続している(ニュージーランドを除く)。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 3 月 4 日にシドニーにてメディアイベントを開催し、現地メディア約 30 名とのネットワーキング及び情報提供を行った。JNTO からの情報提供に加え、豪州オリンピック委員会(AOC)の CEO マット・キャロル氏をお迎えし、オリンピックに向けた準備状況などをご共有頂いた。また、桜をデザインした装飾、食やアトラクションを通じて日本の魅力を感じられるよう工夫を凝らし、各媒体の SNS やウェブサイトでの記事掲載に繋げることができた。
- アウトドア層に向けて、旅行先としての日本の認知度向上を目的とし、主要アドベンチャータラベル専門誌 Great Walks 及び Get Lost を通じて、日本の自然やアウトドア等の魅力を発信した。
- 3 月 10 日と 16 日、インセンティブ向け Virtual Seminar を開催し、日本側 9 社、現地側 48 人に参加いただいた。セラーからバイヤーに向けて各社の情報提供を行った後、商談を実施。イベント後、参加したバイヤーからは、将来の訪日インセンティブ旅行を検討しているという声もあった。



Get Lost(上)、Great Walks(下)記事



メディアイベント(上)、Virtual Seminar(下)の様子

【米国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 600 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 600 人であった。
- 3・4 月ともに、2020 年 4 月からの日本政府による入国制限措置が継続している。また、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための緊急事態宣言が 1 月 7 日に発出されたことに伴い、「国際的な人の往来再開に向けた段階的措置」についても、1 月 14 日以降、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、運用が停止されており、これらの措置が 3・4 月の実績値に大きな影響を及ぼした。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ニューヨーク事務所では、3 月に米国ラグジュアリー旅行専門の最大コンソーシアムである Virtuoso と連携し、Virtuoso に所属するトラベルアドバイザー向けに、訪日旅行に関する最新情報やウェルネス、自然体験、国立公園といった新型コロナウイルス感染症拡大下における観光コンテンツの魅力を紹介する機会として 30 分間のライブウェビナーを計 3 回開催した。特に 3 密を避けた観光テーマの 1 つとして日本のアートサイトを紹介し、足立美術館や箱根彫刻の森美術館など外でも安心して楽しめるアートサイトをコンテンツとして発信した。その結果、参加者アンケートにおいて 60 名の視聴者から好評をいただいただけでなく、各コンテンツに関する具体的な質問やコメントも寄せられ、日本のアートサイトに対する関心度の高さを伺うことができた。ウェビナーの最後には、JNTO が公式ウェブサイト上で提供するコンテンツや、新型コロナウイルス感染症に関する安全対策に有用な情報サイトも紹介し、ウィズコロナ・アフターコロナにおける訪日意欲の喚起に繋げることができた。本ウェビナーは Virtuoso 会員がアクセスできる会員ページにも掲載され、オンデマンド配信となったことにより、アドバイザーに対する継続的な情報発信が可能となった。ニューヨーク事務所では、コロナ後において比較的早い段階で旅行を再開すると予測されている富裕層をターゲットとして、今後も魅力的なコンテンツ発信を行うことで、将来の訪日旅行の需要喚起に繋げたいと考えている。
- ロサンゼルス事務所では、3 月にインスタグラムを利用した一般消費者参加型キャンペーンを実施した。コロナ禍の渡航制限により訪日旅行ができない中でも日本に関心を持ち続けてもらえるよう、過去の訪日時に撮影した写真を投稿し、楽しかった思い出を共有してもらおうというキャンペーン内容とした。また、過去に訪日経験はないがコロナ後の訪日を楽しみにしているユーザーにもキャンペーンへの参加が可能となるよう、47 都道府県の AR フィルターを作成し、それを使用して投稿することも参加資格に追加し、キャンペーンへの参加を促進した。インスタグラムで AR フィルターを利用したことにより Z 世代、ミレニアル世代などといった若年層に多くリーチすることができた。
- 4 月 12 日から 17 日にかけてニューヨーク事務所及びロサンゼルス事務所は、北米で最大のスキー及びマウンテンリゾート関係者の集まりである「Mountain Travel Symposium」に参加し、スキーをフックとした訪日プロモーションを実施した。本年度はコロナの影響で初のオンライン開催となったが、ツアーオペレーターや旅行会社、スキークラブとのネットワーキング及び商談を行うとともに、ウェビナー形式による訪日情報のアップデートも行い、訪日イメージの多様化や特定関心層への働きかけを行った。

【カナダ】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.7%増の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等の対象となっている。なお、カナダの一部の州が、2020 年 12 月 31 日以降、順次、国内で変異ウイルスの感染者が確認されたと政府当局が発表している国・地域として、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ◆ 【アウトドア・アドベンチャーに特化したオンライン BtoC イベント出展】
2021 年 2 月 24 日から 4 月 5 日にかけて、アウトドア・アドベンチャーに特化したオンライン BtoC イベント「GO! Adventure Planning Guide」に出展した。日本で楽しめるアウトドアアクティビティコンテンツを紹介するとともに、リレハンメルオリンピック・モーグル種目金メダリストのジャン＝リュック・ブラッサール氏や現地旅行会社職員が日本のアウトドアアクティビティの魅力を語る動画を作成し、掲載した。
- ◆ 【ニュースレターを通じた MICE に関する情報発信】
MICE 業界関係者(約 940 名)に向けて、3 月にニュースレターを配信。2020 年 12 月に横浜で開催された ICCA Asia Pacific Chapter Summit 2020 の様子を伝えるとともに、ウイズコロナ時代の会議・イベント開催の一助となる日本のヘルスセキュリティテクノロジーの事例等を紹介した。
MICE ニュースレター：<https://www.theincentivist.com/japan-showcase/>



「GO! Adventure Planning Guide」で掲載した動画



MICE ニュースレター(3月号)

【英国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 200 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 200 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、2020 年 12 月 24 日以降、変異株流行国として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での 3 日間の待機等、検疫強化の対象となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✿ 3 月 15-16 日にかけて、太平洋アジア観光協会(PATA)主催の商談会に参加し、英国でアジア太平洋地域の旅行商品を取り扱う旅行会社との商談を実施した。英国では、2 月のロックダウン解除方針発表やワクチンの普及を受けて、近隣の欧州諸国への旅行予約が急増した一面があるなか、アジア地域の旅行予約に大きな動きはなく、2022 年以降の長距離市場の再開に期待が寄せられた。
- ✿ 3 月 11 日に東日本大震災 10 年を迎えたことから、3 月に National Geographic Traveller と連携した東北プロモーションを実施。同メディアの紙面、ウェブサイト、SNS や読者向けのオンラインイベントの実施などを通じ、震災からの復興と、観光地としての東北の魅力をテーマとした情報発信を行った。



National Geographic Traveller オンラインイベントおよび、ウェブサイト掲載記事

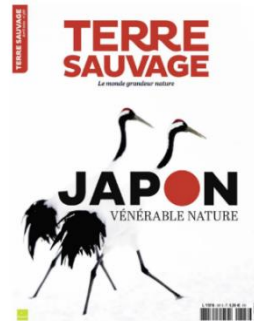
【フランス】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 90 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、2021 年 3 月 5 日以降、変異株流行国として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での 3 日間の待機等、検疫強化の対象となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 新型コロナウイルス収束後に関心が高まると考えられる“自然”をテーマとしている雑誌 TERRE SAUVAGE と連携し、日本特集号を発刊した(3 月 29 日)。同誌は全 100 ページ全てを日本特集に充て、与那国島のダイビングや厳冬の北海道、オオサンショウウオの保全活動等、日本の自然の魅力を訴求した。



- オリンピック・パラリンピックが 2021 年に東京、2024 年にパリで開催を予定され、この開催を契機に、フランスのテレビチャンネル France 2 と France 3 にて、聖火リレー中継の様子を編集し、JNTO の CM 付きミニ番組として毎週、金・土曜日に放送している。(3 月 26 日から 7 月 23 日)



- コロナ禍を経てサステイナブル・ツーリズムに対する関心が高まっていることから、JNTO パリ事務所独自で「日本のサステイナブル・ツーリズム」について、一般消費者向けオンライン・アンケートを行った(3 月 10 日～4 月 16 日、回答数 973)。本アンケートでは、日本に対して特に「過剰包装」や「プラスチックごみが多い」などのネガティブな意見がある一方で、「豊かな自然」や「発達した公共交通網(特に鉄道)」などポジティブな意見も寄せられ、サステイナブル・ツーリズムのポテンシャルを感じている点があることや、回答者の約 4 割がサステイナブルな訪日旅行をする為に、通常より費用を負担しても良い意向があることなどが明らかになった。本アンケート結果を踏まえ、当事務所としては、現地視点からの日本のサステイナブル・ツーリズムの在り方を提案し、今後のプロモーション活動に活かしていく。

【ドイツ】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 80 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離 PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 3 月 9 日から 3 月 12 日にかけてオンライン BtoB 旅行博 ITB Berlin 2021 が開催され、JNTO の共同出展者 22 団体（地方自治体や観光関連事業者等）と共に訪日プロモーションを行った。イベント期間中はバイヤーとの商談実施及びドイツの旅行会社 172 名に向けた訪日ウェビナーを実施した。本イベントの参加者は 4 日間で 65,700 人であり、そのうち JNTO オンラインブースへの訪問者は 1,283 人であった。

<JNTO Brand Card ページ>



<JNTO プレゼンテーション>



- ドイツ市場ではコロナの影響によりキャンプ及びキャンピングカー需要が増加していることから、新たに日本のキャンピングカー予約を取り扱うドイツの旅行会社も出てきている。こうした背景から、3 月 23 日に欧州の旅行代理店向けにトレーラーハウスやキャンピングカーのレンタルを行う WOMOFOX 社が主催のキャンピングカーをテーマとしたオンライン商談会「WOMOFAIR」に参加し、日本におけるキャンピングカー旅行をテーマとしたウェビナーを実施した（参加者 42 人）。
- ドイツ市場にて旅行業界向けにポッドキャストを配信しているプラットフォーム（HIN & WEG）と組み、訪日旅行概要・東京・静岡・瀬戸内・ハイキングやアウトドア等をテーマに合計 7 エピソードを制作した。20 年間に渡って訪日グループ旅行を扱う JF Tours の社長をゲストに迎える等、ロックダウンにより自宅で過ごすドイツ人に訪日旅行への需要喚起を行った。1 エピソード当たり 5 千人以上が視聴しており、視聴者アンケートでは満足度が 100%となった（N=47 人）。

<WOMOFAIR: 日本のキャンピングカー旅行商品の紹介>



<ポッドキャストによる配信>



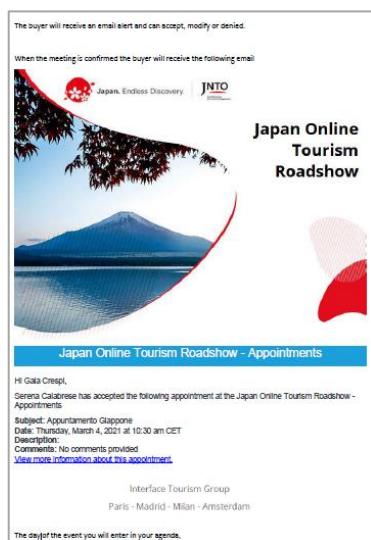
【イタリア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 50 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 90 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。2021 年 3 月 5 日以降、変異株流行国として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での 3 日間の待機等、検疫強化の対象となっているほか、イタリアが設ける自主隔離の規定が撤廃されていないため、事実上観光旅行はできない状況。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 3 月 4 日、8 日にリテラー向けとツアーオペレーター向けにオンライン商談会を開催し、計 30 社のセラーの参加（両日とも参加した社の重複あり）、計 195 名のバイヤー参加登録があった。バイヤー各社平均 19 件の商談を行うことができ、有効な情報交換の場となった。7 つのパッションをテーマにプラットフォーム上で PR を行い、参加者を増やし、訪日情報を発信する工夫をした。
- 4 月 14 日に沖縄コンベンションビューローと協働し、デスティネーションとしての沖縄を紹介するウェビナーを開催したところ、46 社の旅行会社等に参加いただき、イタリア市場における沖縄の人気の高さと今後の更なる可能性を再認識した。



<オンライン商談会のインターフェース>



<沖縄ウェビナー>

【ロシア】

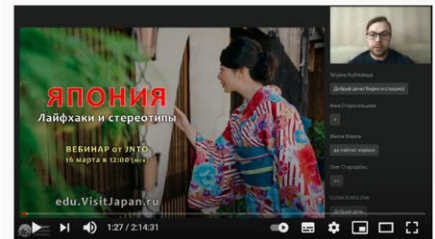
3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日ロシア人数は、対 2019 年同月比 99.2%減の 90 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日ロシア人数は、対 2019 年同月比 99.3%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、一部の州が、2021 年 3 月 21 日以降、順次、当該国内で変異ウイルスの感染者が確認されたと当該政府当局が発表している国・地域として、当分の間、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。自国民の日本からの入国については、帰国前 3 日以内に指定されたポータルサイトへの PCR 検査の陰性結果を登録した場合を除き、14 日間の隔離が義務付けられている。日本への直行便は、大幅な運休・減便となっている。

3-4 月の主なプロモーション活動

◆ 訪日観光集中ウェビナーの実施

3 月 2 日、16 日、23 日と 3 回にわたり訪日ウェビナーを実施した。各日程で武家文化、茶道、手頃楽しめる訪日旅行等のテーマを設定し、ライブ視聴合計 617 人、アーカイブ視聴合計 265 回(3 月 23 日現在)となった。JNTO 職員からのプレゼンテーションの他、茶道や日本庭園の専門家等をゲストスピーカーに招き、理解を深めるための Q&A をおろまぜ、参加者の関心を惹起した。



◆ 訪日スキーセミナーの実施

3 月 11 日、ヘリスキーで有名なカムチャッカ半島の中心都市ペトロパブロフスク・カムチャツキーにて、現地のスキーウェアストアと連携し、スキーのキーパーソンを対象とした訪日スキーセミナーを実施した。参加者はスキーヤー、スノーボーダー 33 人。JNTO レッパによる日本の主要スキー場や雪質、温泉、アフタースキー等のプレゼンテーションを実施し、質疑応答を行った。またカムチャツカは 2019 年まで夏のチャーター便が催行され、スキー以外にも夏のアウトドアに関する関心が高いため、マウンテンバイクや山歩き等の内容をプレゼンテーションに加えた。訪日歴のある参加者も多く、国境さえ開いたらすぐにでも日本に行きたいという声も多く聞かれた。



◆ Luxury Travel Mart Moscow Spring (LTM 2021) の出展

4 月 22 日～23 日、モスクワ市内のホテルにて、オフライン形式で開催された。LTM は年に 2 回(春・秋)にモスクワで開催され、ロシア及び独立国家共同体(CIS)*諸国で最大級の富裕旅行に特化した BtoB の商談会。今回の出展者は 152 社、初日の Hosted Buyer 数は 380 人、2 日目は 450 名。日本は JNTO が単独出展。参加者の関心は、入国制限の緩和時期、またオリパラ後の見通しについての関心が高かった。



*ロシア、カザフスタン、タジキスタン、ウズベキスタン、キルギス、ベラルーシ、アルメニア、アゼルバイジャン、モルドバの 9 か国

【スペイン】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 95.1%減の 80 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 99.4%減の 80 人であった。
- スペインをはじめ世界的なコロナウイルスの感染拡大に起因して、日本政府による入国拒否、検疫強化等の対策がとられており、訪日旅行の実施が困難な状況である。

3-4 月の主なプロモーション活動

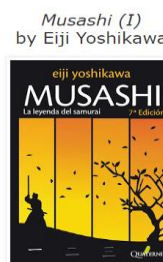
- ＊ 3 月 1 日から 8 日を応募期間とし、スペイン語公式 Instagram のアクセス増加のため、ペンギン・ランダムハウス出版社と連携し、JNTO のスペイン語公式 Instagram 上で、「東京のどこでコーヒーを楽しみたいか」についての投稿を募り、投稿者の中から抽選で最近スペイン語版が発売されたばかりの川口俊和著の「コーヒーが冷めないうちに」の単行本が 3 名に当選するキャンペーンを実施。日本でコーヒーを楽しむ日を夢見てもらうことを期待している。
- ＊ 3 月 26 日、国際交流基金マドリッド事務所主催のイベント「Club de Lectura（読書クラブ）」においてコラボレーションを実施。日本の小説（3 月は吉川英治著の宮本武蔵）に出てくる地名に由来する観光情報の提供を行い、参加者の訪日旅行需要喚起を図った。
- ＊ 3 月 16 日から 23 日を応募期間とし、在マドリッドの日本食材店”Tokyo-Ya”と連携した懸賞キャンペーンを実施。JNTO スペイン語公式 Instagram アカウントと Tokyo-Ya の Instagram アカウントをフォローし、好きな日本食をコメントした方の中から、日本食材セットが当選する懸賞キャンペーンを実施。訪日旅行が叶わない今、少しでも日本に触れてもらうことを期待している。
- ＊ 3 月 23 日から 29 日を応募期間とし、富士フィルム株式会社と連携した懸賞キャンペーンを実施。JNTO スペイン語公式 Instagram アカウントと富士フィルム株式会社のスペイン語 Instagram アカウントをフォローし、「誰と一緒に日本に旅行したいか」をコメントした方の中から、富士フィルムのインスタントカメラとフィルムセットが当選する懸賞キャンペーンを実施。このカメラを持って日本の美しい景色を撮影したいと楽しみにしてもらうことを期待している。
- ＊ 4 月は自転車旅、日本人の生活文化・美学、日本三景等 6 つのブログ記事をスペイン語にて発信。スペイン人に関心度の高い自転車旅の記事では、日本の各地域が持つサイクリングルートを紹介するとともに、ルートの中で訪れることが出来る観光名所について情報発信を行った。



日本を舞台とした小説の単行本懸賞キャンペーンの告知



国際交流基金マドリッド事務所主催の読書クラブイベント告知



Tokyo-Ya と連携した懸賞キャンペーンの告知



富士フィルム株式会社との懸賞キャンペーン告知



日本の自転車旅や生活文化・美学等のブログ記事を発信

【中東】

3-4 月の市場動向トピックス

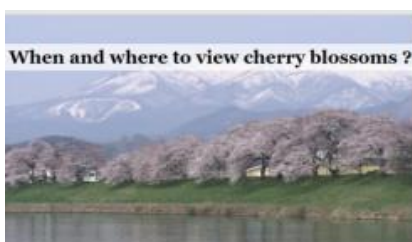
- 2021年3月の中東地域の訪日人数は、対2019年同月比99.4%減の70人であった。
- 2021年4月の中東地域の訪日人数は、対2019年同月比99.4%減の80人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、中東地域各国も順次、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、アラブ首長国連邦、トルコ、イスラエル、を除く中東地域各国で国外へ渡航が引き続き規制されている。海外渡航が可能な国においても、日本への直行便は、大幅な運休・減便となっており、訪日者数は3月、4月ともに2019年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 【GCC】中東ではGCC域内の中東の富裕旅行を取り扱う旅行関係者を対象に2020年度中に3回のウェビナーを実施しており、3月10日に第3回を実施した。これにより、今年度のウェビナー参加者はアーカイブの視聴を含めて約290名となった。第3回では、富裕層向け旅行の対応経験が豊富なDMC及びガイドから、経験に基づく日本のおすすめ行程の作成について、10のポイントにそって注意点などを交えてプレゼンテーションを行い、高い満足度を得た。

また同月には、GCC8カ国を対象に、バナー及び動画広告を実施し、JNTOがEnjoy my Japanグローバルキャンペーンとして展開している7つの魅力(パッション)のうち、中東において関心が高いとして絞り込んだ、食(Cuisine)、伝統(Tradition)、芸術(Art)をテーマとして選定した広告ビジュアルを展開し、中でもArtが比較的によく反応を得る結果となった。

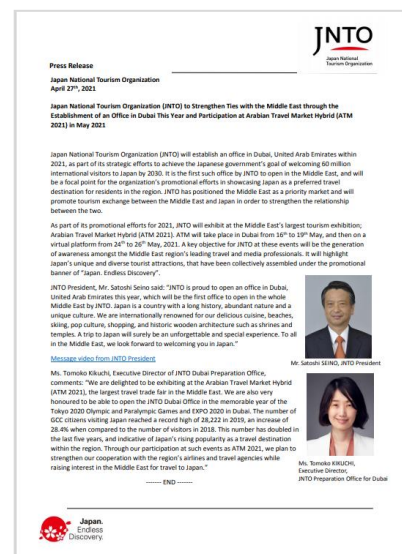
- 5月16日から開催される、中東最大規模の旅行見本市Arabian Travel Market2021について、JNTOでは単独でジャパンブースの出展を予定しており、今年度中に予定しているドバイ事務所開所とあわせて、4月27日に現地でプレスリリースを行った。ATMについては、2020年度はオフラインでの開催が見送られたが、今年度はオフライン(5月16~19日)及びオンライン(5月24~26日)のハイブリッドでの開催を予定しており、コロナウイルスの感染拡大以降に現地で開催されるものとしては、最大規模のオフライン開催イベントとなる。



(左) 第3回セミナースライド



(中) バナー広告(Art)の事例



(右) プレスリリース

【メキシコ】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2021 年 3 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 98.8%減の 20 人であった。
- 2021 年 4 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 40 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。日本への直行便は、引き続き大幅な運休・減便となっている。

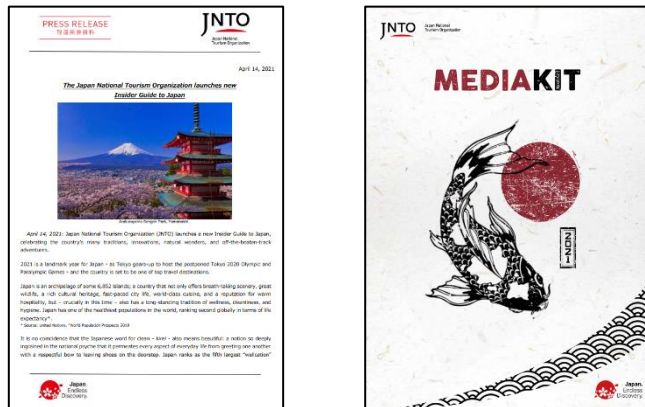
3-4 月の主なプロモーション活動

- メキシコ国内のメディア関係者(約 100 名)ならびに旅行会社(約 400 社)にニュースレターHola Japón を配信。3 月は日本の陶磁器や桜をテーマとした 2 本のニュースレターを発行し、日本各地の魅力を発信した。



3 月に配信したニュースレター(抜粋)

- JNTO のレップ (Representative: JNTO に代わり、現地での訪日旅行の PR 等を行う代理店)が、航空会社や大手旅行会社といった観光関連事業者 7 社にセールススクールを実施し、経営状況や旅行商品の取扱い状況に関するヒアリングを行った。また、4 月 14 日にプレスリリースされた “The Japan National Tourism Organization launches new Insider Guide to Japan” とメディアキットを用いてメディアピッチを行い、8 件の記事露出につなげた。



プレスリリースとメディアキット