

## 【韓国】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日韓国人数は、前年同月比 14.6%増の 640,400 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日韓国人数は、前年同月比 6.5%増の 606,100 人で、6 月として過去最高を記録。
- LCC を中心に拡大し続ける航空路線を追い風に、6 月前半までは訪日者数は好調な伸びを見せていたが、6 月 18 日に発生した大阪北部地震の影響により大阪旅行のキャンセルが発生し、後半の訪日者数が伸び悩んだことで 6 月は 1 桁台の伸び率となった。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 5 日ソウルにおいて、「2018 VISIT JAPAN 韓国市場説明会・商談会(ソウル)」を開催した。最新の旅行トレンドを紹介した説明会に加え、100 社以上もの訪日旅行を取り扱う旅行会社等のバイヤーが参加した商談会では、夏季旅行シーズンに向けた旅行商品販売・造成に向け、活発な商談が行われた。



セミナー・商談会の様子

- 5 月から 6 月にかけて、韓国の旅行会社とともに、青森や富山、高松、鹿児島といった日本の地方旅行商品に対して、今年度のプロモーションのキャッチフレーズである「私の心をわかってくれる日本」をテーマに、カカオトークや Facebook といった SNS 広告を積極的に取り入れながら、オンライン媒体を中心に共同広告を展開することで訪日旅行を訴求した。



共同広告事例

## 【中国】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日中国人数は、前年同月比 29.3%増の 668,600 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日中国人数は、前年同月比 29.6%増の 760,900 人で、6 月として過去最高を記録。
- クルーズによる訪日の伸びは限定的だったものの、旺盛な個人旅行需要に加え、団体旅行も大幅に増加し、5 月、6 月ともに訪日者数は好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 15 日～17 日「北京国際旅遊博覧会（BITE）2018」にて VJ ブースを設置し、ステージでは、日本文化や観光地に関するクイズ大会を実施したほか、インフルエンサーによる訪日旅行のおすすめ体験や日本食などを紹介するトークショーも開催し、来場者は熱心に耳を傾けていた。



北京国際旅遊博覧会（BITE）2018 会場の様子

- 6 月 21 日～24 日「広州ジャパンフェア」VJ ブースを設置し、他の出展自治体ブースを巡るデジタルスタンプラリーや浴衣着付け体験、和小物製作体験を実施した。またステージでは和太鼓演奏を行い、大変盛り上がった。



広州ジャパンフェア 会場の様子

- 5 月 23 日～27 日にかけて、親子インフルエンサーを大阪と和歌山に招請し、特設ウェブサイトに掲載する動画の撮影やインフルエンサーによる生放送を行った。また 6 月 9 日には、上海市内のホテルで親子旅行のオフラインイベントを実施し、招請したインフルエンサーによる旅行体験記を来場者に共有した。



招請旅行の様子

オフラインイベント

## 【台湾】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日台湾人数は、前年同月比 8.0%増の 440,100 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日台湾人数は、前年同月比 5.4%増の 456,900 人で、6 月として過去最高を記録。
- 増便やチャーター便の就航による航空座席供給量全体の増加や、クルーズ船が多数寄港したことが訪日客の底上げに繋がり、訪日者数は堅調に推移した。なお、沖縄県を中心としたはしかの流行、大阪府北部地震および民泊制度改正による訪日旅行への大きな影響は見られなかった。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 4 日～7 日の台北国際観光博覧会(TTE)、5 月 25 日～28 日の台中国際旅展(ATTA) にビジット・ジャパン(VJ)ブースを出展し夏の旅行シーズンに向けて日本全国各地の多彩な魅力を発信した。特に最近台湾でトレンドのアウトドアアクティビティのプロモーション動画を放映する等、日本のまだ知られていない地方の魅力を中心に情報発信を行った。
- 台湾からの訪日教育旅行の一層の拡大を目的に、6 月 20 日～22 日にかけて高雄、台中、台北にて「訪日教育旅行現地説明会」を実施。日本側の自治体 63 団体、台湾側学校関係者 3 都市計 273 名が出席、訪日教育旅行に関する概要説明会のほか、教育旅行誘致にむけた学校交流や観光地紹介等、闊達な意見交換が行われた。



台北国際観光博覧会(TTE)、台中国際旅展(ATTA)の会場の様子



訪日教育旅行現地説明会の開催

## 【香港】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018年5月の訪日香港人数は、前年同月比4.9%増の190,500人で、5月として過去最高を記録。
- 2018年6月の訪日香港人数は、前年同月比1.8%増の205,500人で、6月として過去最高を記録。
- 5月は、仏誕節(お釈迦様の誕生日)の祝日が22日に設定され、連休を取得しやすい日並びであったこともあり、旅行需要の後押しが見られた。一方で、6月は大阪北部地震が香港でも大きく報道されたことから、安全面の懸念から訪日需要を控える動きが一部で見られ、伸び率は鈍化する形となった。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ◆ 地方誘客のプロモーションとし、現地の人気トラベル雑誌である「Weekend Weekly(新假期)」とタイアップし、北海道(道北)、四国(高松・高知)、北陸(石川・富山)について、日本に精通している同社記者が香港人目線で編集した2泊3日のモデルコースをJNTO 香港公式サイトにて発表し地方への旅行需要を喚起した。



- ◆ JNTO 香港の公式 Facebook にて、メジャー観光地とは違った視線として「建築物」をテーマに情報を発信した。



隈研吾設計建築物紹介



岐阜市立中央図書館等



丹下健三設計建築物紹介

## 【タイ】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日タイ人数は、前年同月比 16.6%増の 103,600 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日タイ人数は、前年同月比 42.2%増の 73,600 人で、6 月として過去最高を記録。
- 相次ぐ新規就航や増便により、航空座席供給量が大きく増加していることから、訪日者数も大幅に増加した。6 月に新規就航した航空会社との共同広告、今年度より本格的に実施した閑散期対策（下記のようなオンライン上での情報発信やフェア出展）も、訪日者数増加を牽引したと考えられる。なお、6 月の前年同月比は、過去 3 年では最も高い伸率を記録した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 夏の訪日旅行促進 web サイト、オンライン広告情報発信を実施。今年度、閑散期対策の一環として、夏季の特設サイトを 5 月 23 日にオープンし、日本の夏にお薦めする全国の 10 か所のスポットを取り上げ（富良野のラベンダー、沖縄の瀬長島、東北の浄土ヶ浜、四国の四万十川等）、それぞれの夏の楽しみ方を色鮮やかな写真とともに特設 web サイトにて紹介し、オンライン広告等で情報発信を行った。



特設サイトトップページ(<https://www.jnto.or.th/summer2018>)

- 6 月 8 日～10 日にバンコク郊外のショッピングモール(Central Festival East Ville)においてタイ国際航空(TG)が主催する旅行博「2018 TG Thai Market Place」に初めて参加し、パンフレット配布やノベルティ配布アクティビティ等の訪日旅行情報発信を行った。また、6 月 22 日～7 月 1 日にタイの北部の地方都市チェンマイのコンベンションホール(国際会議・展示センター)にて地元政府の主催により開催された、一般消費者イベント「Chiangmai World Fair 2018」に、在チェンマイ総領事館や福岡県等と連携し、日本観光ブースを出展し、パンフレット配布等を行った。



「2018 TG Thai Market Place」の様子



「Chiangmai World Fair 2018」の様子

## 【シンガポール】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 14.8%増の 39,400 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 10.2%増の 40,000 人で、6 月として過去最高を記録。
- 年に 2 回あるスクールホリデーシーズンのうち 1 回目が 5 月末から 6 月 24 日の間にあること、また訪日旅行においては北海道観光シーズンの到来により旅行需要が喚起された。加えて、昨年 5 月 10 日(水)だった公休(Vesak day)が今年は 5 月 29 日(火)にずれたことで飛び石連休になったことも旅行需要を高めた。さらには新規就航、機材の大型化により航空便座席供給数が全体的に増加傾向にあり、訪日数の伸びに繋がっている。なお、2017 年 3 月以降 16 ヶ月連続で当該月最高を更新中。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ✿ ファン数が 90 万人を超える JNTO シンガポール事務所の Facebook ページ「Visit Japan Now」で、5-6 月最も人気があった投稿は、和歌山県・那智の滝を取り上げた投稿の写真であった。リピーターが多いシンガポールではコメント欄にて、すでに訪問経験のあるユーザーが質問者に回答する様子も見受けられた。また、他にも森林のように涼を感じられる写真は反応が良かった。
- ✿ 6 月には会員専用サイト「JAPAN by Japan」上でブログの更新と、それに伴うメルマガ配信を会員向けに行った。シンガポール国内でも人気であるラーメンに関する情報や、日本のファミリーフレンドリーな交通事情を取り上げている。



#### Family-friendly Travel Tips in Japan

written by JNTO

[Read article >](#)

#### FROM THE BLOG



#### Popular Ramen Shops from Shinjuku to Ikebukuro alo...

written by JNTO

[Read article >](#)



#### Travel in Japan with Ease: Discount Passes for Vis...

written by JNTO

[Read article >](#)

(左) Facebook の投稿 (5 月 23 日)

(右上) 「JAPAN by Japan」 ブログ

## 【マレーシア】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 1.1%増の 36,400 人であった。
- 2018 年 6 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 21.5%増の 36,500 人で、6 月として過去最高を記録した。
- イスラム暦の関係でラマダンの日程が 10 日程度早まった影響により、5 月の旅行需要が減少し、5 月としては微増に留まった。また、6 月はスクールホリデーの時期とハリヤ・プアサ(ラマダン明けの祝日)が重なったことにより、訪日需要の増加に大きく寄与した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ★ ファン数が 15 万人を数える JNTO マレーシアの公式 Facebook「Visit MY Japan」では、従来の観光地に加え、東北や九州、中国エリアなど地方の発信も積極的に行った。中でも一番人気のあった投稿は「三ノ倉高原のひまわり」。観光施設だけでなく、「食」「文化」「自然」など、あらゆる対象に関心が広がっていることが窺える。また、季節のコンテンツとして、「田舎館村の田んぼアート」や「着物の日」を取り上げ、夏場の需要喚起を図るなど、毎日継続的に情報発信を行っている。また、増加しつつあるムスリム旅行者に対しても、熊本にある「イスラミックセンター」を取り上げ、ムスリム旅行者が安心して滞在できる環境についての情報発信も行った。



三ノ倉高原のひまわり(福島県)



田舎館村田んぼアート(青森県)



川越きもの日(埼玉県)



熊本イスラミックセンター(熊本県)

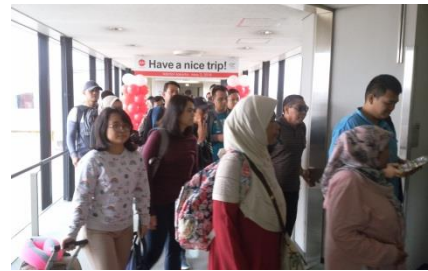
## 【インドネシア】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 26.5%増の 31,500 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 46.4%増の 56,100 人で、単月として過去最高を記録。
- 暦上の休日に合わせた有給休暇の取得が容易であり、特に 6 月はレバラン(断食明け大祭)休暇と有給休暇一斉消化日とを合わせて大型連休の取得が可能であったことに加えて、ラマダン(断食)開始日が昨年よりも早まったことによるレバラン休暇の早まりにより、訪日者数は好調に推移した。また、5 月からのインドネシア・エアアジア X のジャカルタ-成田線の新規就航も訪日者数増加に寄与したと考えられる。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ 5 月 1 日より新規就航した LCC のインドネシア・エアアジア X のジャカルタ-成田線の初便到着に合わせて、5 月 2 日に成田空港で到着のお客様に歓迎の意を込めてノベルティを贈呈した。同便は 1 日 1 便(週 7 便)就航し、航空券が比較的安価なことから、訪日客の増加が期待される。



インドネシア・エアアジア X ジャカルタ-成田初便到着時(成田空港)

- ✳ インドネシア語公式 Facebook ページ(6 月末現在、ファン数 65 万人)を活用して、5 月・6 月は主に「北海道」の魅力 PR した。投稿の内、人気が高かったのは 1 位:洞爺湖、2 位:網走、3 位:函館に関する記事であったが、次いで北海道の食に関する記事も注目があつた。また、ムスリム向けの情報として、札幌におけるハラールフードの紹介についても発信している。



洞爺湖の紹介(6 月 8 日)



北海道の食の紹介(6 月 2 日)



ハラール食の紹介(6 月 6 日)

インドネシア語公式 Facebook サイト <https://www.facebook.com/KunjungiJepang>



## 【フィリピン】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 34.1%増の 59,000 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 18.6%増の 37,300 人で、6 月として過去最高を記録。
- 4 月 7 日～6 月 3 日までの学校休暇の他、3 月 27 日からのジェットスター・アジアのクラーク-関空間での新規就航や、3 月 5 日から始まったスタークルーズ社スーパースター・ヴァーゴ号の沖縄(平良または石垣)行きツアーが 5 月 29 日(マニラ出港ベース)まで催行されたことで、5 月の訪日者数は堅調に推移した。加えて、昨年度は独立記念日が 6 月 12 日(月)の 3 連休であったが、今年は 6 月 12 日(火)で月曜日に休みを取ることで 4 連休となり、訪日旅行への需要増に寄与した。
- なお、セブ・パシフィック航空は 5 月 16 日に日本支社を開設した。セブ・パシフィック航空は 2008 年から日本の主要都市(東京、大阪、名古屋、福岡)に順次就航し、現地代理店を通じて旅客向けサービスを提供してきたが、このたび、韓国、香港に続く 3 番目の海外支店を東京に設け、日本で本格的に営業活動を開始した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- フォロワー数 15 万人を超えるフィリピン市場の Facebook ページにて、夏の訪日魅力の PR を目的として、博多祇園山笠(福岡)、祇園祭(京都)、天神祭(大阪)など、日本各地のお祭りの紹介記事を投稿した。また、おのみち住吉花火まつり(広島)、江戸川区花火大会(東京)、水戸黄門まつり(茨城)など、花火大会に関する投稿には「いいね！」やシェアなど、反響があった。
- マニラで 7 月 5 日から 8 日に開催された旅行博「Travel Madness Expo (TME) 2018」の集客を促すために、Facebook ページ(Visit Japan Philippines)にて、ビジットジャパンプースの紹介や TME 初出展となるサンリオピューロランドの投稿など、事前告知をおこなった。



6 月 12 日投稿  
江戸川区花火大会



6 月 29 日投稿  
ビジットジャパンプース



6 月 30 日投稿  
サンリオピューロランド

## 【ベトナム】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 27.5%増の 28,200 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 34.9%増の 29,500 人で、6 月として過去最高を記録。
- 3 月に開催された旅行博において、5 月および 6 月出発の訪日旅行商品が多数販売されたことに加え、チャーター便の就航や報奨旅行の催行、夏季休暇シーズンによる家族連れをはじめとした旅行客の増加もあり、訪日者数は好調に推移した。また、5 月末のクアン国家主席の来日により、関係者が多く来日したことも、訪日者数の増加に寄与した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ベトナム市場では、JNTO ベトナム語公式ウェブサイト、Facebook、ニュースレター等を活用し、随時日本の魅力発信を行っている。5 月から 6 月にかけては、公式ウェブサイトで各地の花の見ごろを案内するフラワーマップや、開催予定の祭りの情報をわかりやすく紹介したお祭りカレンダーをアップし、日本を訪れる時期により楽しむことができるコンテンツの紹介を行った。



ベトナム語公式ウェブサイトに掲載しているフラワーマップ、お祭りカレンダー

- ベトナム市場においては特に SNS での動画の反響が高いことから、JNTO ハノイ事務所では日本の観光・地域 PR に関連した動画素材の募集を 6 月 1 日から 29 日まで行い、地方自治体、観光関連事業者など約 40 団体から動画提供をいただいた。これらの動画は 7 月以降、JNTO ベトナム語公式 Facebook において随時掲載し、日本の魅力発信、訪日旅行の促進に繋げていく。



Facebook 動画投稿の例

## 【インド】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日インド人数は、前年同月比 11.0%増の 17,300 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日インド人数は、前年同月比 17.4%増の 12,500 人で、6 月として過去最高を記録。
- 北インドにおいては、6 月も引き続き学校休暇であり、当期に向けて展開した旅行博への出展、訪日セミナーの実施、訪日旅行商品の販売支援等が訪日意欲を喚起した。また、今年 1 月からの査証発給要件緩和の効果と相まって、訪日者数は堅調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- JNTO デリー事務所ではデリーに拠点を置く旅行会社を事務所に招き定期的に訪日観光セミナーを開催し、訪日の魅力を発信するとともに、意見交換や情報共有の場を提供している。5 月は、自然・食・ウィンタースポーツなど、既に人気の高い桜以外のコンテンツを紹介し、多様な魅力の認知度向上を図った。また、若者の旅行手配の現状や、厳格なベジタリアン向けにシェフを帯同させたグループツアーなどについて情報交換を行うことで、今後のプロモーションや訪日旅行販売の促進を図った。



事務所でのセミナーの様子

- インド南西部カルナータカ州のバンガロールにて、6 月 29 日、同月 1 日よりバンガロール総領事館が導入した「査証代理申請取扱旅行会社」登録制度に登録された旅行会社 14 社約 50 名を対象に総領事館とともに訪日セミナーを実施し、アルペンルート、紅葉などのコンテンツの訴求を図った。また同月 30 日にはインド日本商工会議所及びインド理科大学院が共催する訪日セミナーが実施され、バンガロール総領事館、東京大学デリー事務所とともに大学生、学校関係者約 60 名を対象に昨年 2 月より適用されたインド人学生向け査証緩和、留学、観光というテーマで情報発信を行った。



バンガロールでのセミナーの様子

## 【豪州】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日豪州人数は、前年同月比 23.6%増の 39,600 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日豪州人数は、前年同月比 10.1%増の 35,800 人で、6 月として過去最高を記録。
- 6 月は、梅雨などで敬遠されオフシーズンとなっているため大幅な増加はしなかったものの、堅調な伸びを維持している。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- シドニーで 5 月 20 日、メルボルンで 5 月 27 日に開催された、スキーやスノーボード等ウィンタースポーツに特化した一般消費者向け旅行博「Snow Travel Expo2018」に出展。日本出展エリアには、北海道、青森県、岩手県、山形県、長野県、新潟県、群馬県、石川県など各地のスノーリゾートから多数の団体が参加。JNTO の VJ ブースでは、来場者を他の日本出展ブースへ誘導するため、各ブースをスタンプラリーで訪れた後におみくじでノベルティが当たるアトラクションを実施した。
- 5 月 22 日にシドニー、5 月 24 日にメルボルンで現地旅行会社やメディア等を対象としたセミナー・商談会「Japan Roadshow 2018」を開催。スキーのみならず、グリーンシーズンへの誘客も目的としたプログラムとし、シドニーでは日本から 52 団体、豪州から 174 名の参加、メルボルンでは日本から 41 団体、豪州から 96 名の参加と、いずれも過去最大規模での開催となった。ゲストスピーカーには豪州で人気の TV 番組「MasterChef Australia」の企画で昨年日本を訪れた Sarah Tiong さん(シドニー会場)、Diana Chan さん(メルボルン会場)をお招きし、それぞれ日本での体験を交え、日本の食の魅力についてもプレゼンテーションを行っていただいた。
- 富裕層市場への取り組みを強化するため、6 月後半に、欧米豪 9 カ国から富裕層をターゲットとする旅行会社を招請し、豪州からも 5 社が参加した。豪州人の嗜好を踏まえ、軽井沢、金沢、加賀などを案内し、ワイナリー、自然散策、温泉旅館、金箔やお茶や江戸切子などの体験、地産の食事など、各地で本物の文化に触れられるようなコースを積極的に取り入れた。富裕層顧客のニーズに沿えるように専門ガイドを同伴させることで満足度を高めることができた。6 月 21 日には、東京でセラー50 社との商談会も実施した。



Snow Travel Expo 出展



Japan Roadshow  
商談会の様子



東京での江戸切子体験



軽井沢での自然散策

## 【米国】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日米国人数は、前年同月比 12.7%増の 140,500 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日米国人数は、前年同月比 17.2%増の 161,700 人で、単月として過去最高を記録。
- 引き続き、外国旅行需要自体が増加傾向にあることに加え、各種メディアでの日本の露出が増加したことによる旅行先としての日本の認知度の高まり、プロモーションによる訪日クルーズ需要の増加もあり、訪日者数は堅調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- JNTO ニューヨーク事務所は、富裕層を顧客に持つエージェントのコンソーシアムである Virtuoso が 2018 年 5 月 11 日～12 日に米国フロリダ州オーランドにて開催した地域別商談会「2018 Virtuoso Travel Week On Tour Orlando」に参加し、各 5 分間のアポイントメント方式にてエージェントとの商談を行った。Virtuoso は年 1 回開催される総会以外にも地域別の商談会を各地で行っており、なかなかアプローチができないエリアでの商談は、新たなエージェントとのネットワーク構築に繋がる貴重な機会となった。今後、JNTO が主催する訪日旅行商談会「Japan Showcase」にも声掛けし、旅行業界内での更なる日本の認知度向上・訪日旅行の販売促進に結びつけるべく、フォローアップを行っていく。
- JNTO ロサンゼルス事務所は、北米最大級の旅行会社ネットワーク「Travel Leaders Network」(TLN)主催の「Travel Leaders Network's International EDGE (Educate, Discover, Gather, Evolve) Conference」に参加した。TLN には米国などに拠点をもち約 7,000 社の旅行会社が加盟しており、今回の総会には 2,000 人以上が参加した。JNTO は本イベント内で開催されたトレードショーや商談会の機会を通じて、日本の素晴らしい食・伝統文化・ファッション等の観光魅力の PR を行った。また、ロサンゼルス事務所が今年 4 月に京都に誘致した、TLN が開催する「Travel Leaders Network International Summit」の様子がジェネラルセッションの中でビデオ上映され、旅行先としての日本の認知度向上に大いに繋がった。



2018 Virtuoso Travel Week の様子



Travel Leaders Network's International EDGE Conference の様子



## 【カナダ】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 13.7%増の 31,400 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 18.0%増の 23,900 人で、6 月として過去最高を記録
- 6 月航空路線新規就航のための訪日旅行プロモーションによる日本の露出や認知度の高まりもあり、訪日者数は好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- ジャパンクルーズプロモーション事業の一環として、旅行会社、メディア招請を実施した。メディア招請ではカリスマシェフ、スーサー・リー氏を起用したクルーズで巡るグルメツアー動画を制作した。
- 東北メディアプロモーション事業の一環として、6 月 1 日に新規就航したエアカナダのモントリオール～成田線を利用してインフルエンサーの招請を実施した。招請者の一人として、ミス VJ 観光特使であるミスインターナショナルカナダ 2017 の Marta Magdalena Stepien が来日し、自身のインスタグラムで東北地方を紹介した。



クルーズファムの様子(左:シェフ・リー、右:旅行会社)



東北メディアプロモーションの様子(左:モントリオール・成田新規就航記念式典、右:東北インフルエンサー招請)

## 【英国】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日英国人数は、前年同月比 17.2%増の 30,300 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日英国人数、前年同月比 15.4%増の 22,500 人で、6 月として過去最高を記録。
- 継続的な訪日旅行プロモーションの展開に加え、大型クルーズ船の寄港や昨年 10 月末からの直行便の増便による航空座席供給量の増加もあり、訪日者数は 2 ヶ月連続で、好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 21 日にロンドン市内の高級ホテルにてラグジュアリー商談会（富裕層をターゲットとする旅行会社と日本の高級宿泊施設等との商談会）を実施した。日本から宿泊施設や交通機関等の合計 15 団体がセラーとして、また、当地の富裕層向け旅行会社 15 社もバイヤーとして参加し、活発に商談が行われ、商談後にはレセプションを実施し、ここでも参加者の間で活発なネットワーキングが行われた。
- 6 月 12 日に、在英国日本国大使館と連携し、英国ラグビー市場に関するセミナーや訪日観光促進イベントを開催。日本からは、イングランド、ウェールズ、スコットランドの試合開催都市全てを含む 15 の自治体・DMO が参加し、150 名ものイギリスの旅行会社やメディア関係者と交流を図った。有名元ラグビー選手のシェーン・ウィリアムス（Shane Williams）氏からの日本の魅力が紹介された。また、6 月 15 日にはウェールズ国立博物館において開催された日本特別展に併せて、2000 人以上のビジターに対して訪日観光の PR を行った。



ラグジュアリー商談会の様子



在英国日本大使館イベントでの自治体テーブルの様子



ウェールズ国立博物館での自治体テーブルの様子

## 【フランス】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日フランス人数は、前年同月比 18.6%増の 29,600 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日フランス人数は、前年同月比 20.7 %増の 19,400 人で、6 月として過去最高を記録。
- 5 月は祝日が多く、また有給休暇を消化する月となる人が多いため、長めの休暇を取る傾向があることから長距離旅行の需要が増加したと思われる。また、様々な手法のプロモーションの継続的な実施により、旅行先としての日本の思い起こしが図られていることに加え、日仏友好 160 周年に併せた日本関連の報道が日常的にされており、訪日旅行への関心喚起が期待された。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 26 日から 6 月 1 日に、メディア 2 媒体を日本に招請し、ポップカルチャー愛好層に訴求できるコンテンツを中心として、鞆の浦、尾道、呉、湯布院、唐津、長崎、横浜等の地方の魅力が感じられるルートを巡った。一部の訪問地は、Japan Expo 開催に合わせて、ネット及び紙面にて記事が既に掲載されている。

(掲載記事)

- ・日本の情報発信サイト「Fugu Japon」(日本在住フランスメディア)

唐津 <https://fugujapon.com/karatsu-la-ville-japonaise-de-yuri-on-ice/>

長崎・軍艦島 <https://fugujapon.com/nagasaki-ile-fantome-26-martyrs-chretiens/>

- ・ポップカルチャー愛好層向け雑誌「Geek Magazine」7-9 月号

鞆の浦、横浜、唐津、大津を見開き 2 ページで掲載



「Geek Magazine」7-9 月号

- 6 月 15 日～20 日に、富裕層を顧客に持つ旅行会社 5 社を日本に招請し、21 日には、東京で商談会を行った。招請行程は、フランス人に人気の「日本アルプス」(金沢、五箇山、高山、馬籠・妻籠など)に、ラグジュアリーマーケットに訴求できるコンテンツ(新幹線の特別車両体験、香道、日本刀鍛錬見学、中山道ハイキングなど)を入れ込んだルートを巡った。



招請事業(五箇山相倉集落)



招請事業(妻籠宿)



## 【ドイツ】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 17.4%増の 20,400 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 12.5%増の 14,400 人で、6 月として過去最高を記録。
- 2018 年 5 月、6 月は航空座席供給量の増加に加え、旅行博への出展、航空会社との共同広告など、継続的に展開している訪日旅行プロモーションによる旅行先としての日本の認知度の高まりもあり、訪日者数は好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 世界最大の日本映画祭「Nippon Connection」で訪日 PR を実施した。会場では訪日 PR コーナーを設け、日本文化や映画に関心の高い層に対し PR を行った。期間中は来場者向けのセミナーを実施し、グローバル・キャンペーンを活用したシネアドも放映した。会場には 16,000 人、訪日 PR コーナーには 1,200 人が来場した。なお、来場者は年々増加している。
- ドイツ最大の日本祭り「デュッセルドルフ日本デー」において訪日 PR を実施した。多岐にわたって日本の魅力（踊り、歌、スポーツ、伝統工芸）が紹介されるこのイベントには、毎年約 60 万人の来場者があり、訪日旅行をアピールする絶好の機会となった。
- 大使公邸にて開催された「自衛隊記念日レセプション」において訪日 PR を行った。ドイツ連邦政府関係者のみならず各国武官が集まる当レセプションにおいて、日系の旅行会社や航空会社とともにブースを設置し、訪日旅行のアピールを行った。



日本映画祭「Nippon Connection」



デュッセルドルフ日本デー

## 【イタリア】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 24.1%増の 12,200 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 32.1%増の 11,000 人で、6 月として過去最高を記録。
- 旅行博への出展や雑誌への日本各地の記事の掲載など、継続的な訪日旅行プロモーションにより、日本の露出が増加していることに加え、経路便の増便による座席供給量の増加やクルーズ需要が好調であったこともあり、訪日者数は好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- イタリアで最も権威ある旅行・観光の賞である「ITALIA TRAVEL AWARDS(イタリア・トラベル・アワード)」の第3回授賞式が 5 月 24 日に開催され、日本が文化を目的とした旅行先として最も魅力的な地域に与えられる「Destinazione Estera Preferita per L'offerta Culturale (ベストデスティネーション:文化部門)」を受賞した。同賞の受賞はイタリアにおける日本のプレゼンスの高まりを示すとともに、式典の様子や授賞式の結果についてメディアに取り上げられることで、日本の認知度の向上にもつながった。
- 平成 29 年 11 月に JNTO が実施した招請事業の成果として、日刊紙「La Stampa」にて、瀬戸内地方に関する記事が掲載された。記事では、四国八十八カ所遍路の霊山寺や、しまなみ海道や厳島神社などが紹介され、グローバルルートだけではない日本の新たな魅力が伝えられた。
- 6 月 20 日に、キャセイパシフィック航空との共同セミナーを開催した。セミナーには 13 名が参加し、日本の観光ディスティネーションとしての知名度の向上を図った。



Italia Travel Awards 2018 での  
日本受賞の様子



日刊誌「La Stampa」掲載紙面

## 【ロシア】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 27.5%増の 7,500 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 26.1%増の 7,000 人で、6 月として過去最高を記録。
- 昨年 1 月からのビザ発給要件緩和の影響に加え、S7 航空による 2 路線(イルクーツクとノヴォシビルスク)の新規就航及びこれに伴う共同広告の効果等が増加要因となった。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 24～26 日 サンクトペテルブルグ国際経済フォーラムにおける訪日観光セミナーを実施。安倍総理他、各国首脳が参加するサンクトペテルブルク国際経済フォーラムにて「ジャパンパビリオン」の一部として「Enjoy my Japan」「欧州ブランディング」等の動画放映を行い、各日一回訪日セミナーを実施した。ロシア大手企業やメディアが出席するハイレベルな当フォーラムにおいて、訪日観光の発信を行うのは今回が初めてであったが、2 日目・3 日目のセミナー出席者は 50 名を超え、フォーラム参加者の興味関心がうかがえた。
- 6 月 13～15 日 ロシア国家院における訪日観光ブース展示を実施。ロシアの行政機関・議員層に日本の魅力を発信するため、日本展示会において訪日観光ブースを出展した。開会式には多くのプレスも訪れ、3 日間のべ 5,000 名の来場となった、特に富裕層向けの訪日観光情報発信において効果的な出展となった。
- 5 月 1 日～6 月 30 日に、ナショナルジオグラフィックロシアにおけるフォトコンテスト実施。ナショナルジオグラフィックロシアオンライン版にて 5 月 1 日～6 月 30 日の期間、フォトコンテスト「My Japan」を実施。2,985 点の応募があり、コンテスト開催中のプロモーションサイトのページビューは 202,521 件であった。
- ロシア極東地域の複数都市における訪日旅行促進セミナー及び意見交換会を実施。ロシア極東から訪日観光需要の掘り起こしのため、3 都市(5 月 22 日にヤクーツク市、6 月 14 日にウラジオストク、6 月 15 日にハバロフスク)にて訪日旅行促進セミナーを実施した。3 都市において、計 50 社以上の旅行会社が参加した。セミナー中にプレゼンテーション以外にも意見交換会を行い、訪日旅行販売の課題や業界の要望を確認した。



経済フォーラムの様子



ロシア国家院にて観光ブース



フォトコンテストの告知

## 【スペイン】

### 5-6 月の市場動向トピックス

- 2018 年 5 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 20.3%増の 9,300 人で、5 月として過去最高を記録。
- 2018 年 6 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 27.9%増の 8,300 人で、6 月として過去最高を記録。
- 旅行博への出展や航空会社・旅行会社との共同広告など、継続的に展開している訪日旅行プロモーションによる旅行先としての日本の認知度の高まりもあり、訪日者数は好調に推移した。

### 5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 1 日～31 日までの 1 ヶ月間、今年 10 月の直行便増便キャンペーンの一環としてイベリア航空の中・長距離便航空機内でのグローバルキャンペーンムービー(1 分 ver)を放映。スペイン語圏を中心に広範な航空ネットワーク(51 か国 128 都市、推定利用客数約 40 万人)内で訪日観光魅力を PR し、日本の観光destinationとしての認知度向上に努めた。
- 5 月 29 日、スペイン全土に 3,000 社以上の旅行会社ネットワークを有しているスペイン旅行会社連盟(以下 CEAV)と連携し、スペイン北部・サンチャゴ巡礼路で知られるガリシア州の主要都市、ラ・コルーニャにて CEAV 連携訪日観光セミナーを開始した。ガリシア州でのセミナー開講はこれが初めて。現地旅行エージェントを中心に 29 社 45 名が参加し、訪日旅行商品の販売促進に努めた。
- 6 月 27 日、ウェディング情報サイト ZANKYOU と連携し、ハネムーン訪日旅行セミナーを実施。ハネムーン 21 組とインフルエンサーに向け、ハネムーン向け訪日観光ビデオ等を活用し、日本でのハネムーン旅行の魅力を紹介。ハネムーンに向けた訪日商品を展開している旅行会社 2 社へ参加を呼びかけ、共同でプレゼンテーション・ネットワーキングを行った。



イベリア航空機内での放映



CEAV 連携訪日観光セミナーの様子



ZANKYOU 連携ハネムーン  
訪日旅行セミナーの様子