

## 【韓国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日韓国人数は、前年同月比 5.6%減の 608,000 人であった。
- 2018 年 8 月の訪日韓国人数は、前年同月比 4.3%減の 593,900 人であった。
- 6 月 18 日に発生した大阪北部地震の影響による大阪を中心とする関西エリアへの旅行商品の新規予約が不振であったことに加えて、7 月から 8 月にかけて記録的な日本全国の猛暑の影響で、訪日時期を 9 月以降に延期する動きが見られたことで、7 月および 8 月は伸び率がマイナスとなった。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- フォロワー数約 190 万人を誇る韓国の SNS 旅行チャンネル「Travel Factory」とタイアップし、“癒し”をテーマに道頓堀(大阪府)、六甲山・姫路城(兵庫県)、倉敷・後樂園(岡山県)などを舞台とする動画を制作し、30 秒動画では 8 月上旬より SNS キャンペーンと絡めシネアド、オンライン広告を展開。8 月下旬に「Travel Factory」が投稿した 3 分動画は、10 日間いいね！ 5,300 回、コメント 1,400 件、シェア 1,500 件、再生 37 万回を超え、大阪北部地震および西日本豪雨被災地域のポジティブなイメージを拡散した。



Facebook チャンネル「Travel Factory」タイアップ動画

- 6 月に発生した大阪府北部地震以降、特に韓国からの訪日数が伸び悩む関西地域への誘客を図るため、8 月上旬から韓国 LCC のジンエアーと共同広告を実施。秋の連休(チュソク:旧盆)の時期に向け、お得な旅行商品の販売支援を行うことで、当該地域への誘客促進を図った。



共同広告

## 【中国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日中国人数は、前年同月比 12.6%増の 879,100 人で、7 月として過去最高を記録した。
- 2018 年 8 月の訪日中国人数は、前年同月比 4.9%増の 860,000 人で、8 月として過去最高を記録した。
- 夏季休暇シーズンの到来により、クルーズを含む家族旅行需要が高まったことに加え、有効な個人数査証の保有者が増加したことで、気軽に訪日旅行を楽しむ環境が整ったことなどから、個人旅行を中心に訪日者数が増加した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 19 日～23 日の 5 日間、中国で影響力のあるインフルエンサーを東北地域に招請した。SNS を活用した情報発信や動画配信を行い、一般消費者に夏の東北旅行の魅力を広く PR した。今後 10 月と 12 月に一度ずつ、東北地域への招請を予定している。



SNS を活用した情報発信や動画配信の一例

- 平成 30 年度中国市場におけるプロモーション事業の一環として、中国全土から日本での特別な体験談を募集する、深度游投稿キャンペーン(6 月 28 日～7 月 13 日)を実施した。食・文化・温泉・運動・自然・その他の 6 つのジャンルで募集した結果、約 1,500 人もの様々な体験談の応募があった。優秀作品に選ばれた投稿者には、協賛企業から豪華賞品が授与されたほか、最優秀作品には、本キャンペーンのメインキャラクターである、中国のタレント黄灿灿さんと行く日本旅行(招請期間:8 月 26 日～31 日)がプレゼントされた。招請中はタレントの SNS などを通して、日本ならではのディープな体験を紹介した。



キャンペーンサイト



文化ジャンルの投稿例



招請の様子(和菓子作り体験)

## 【台灣】

### 7-8 月的市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日台湾人数は、前年同月比 3.1%増の 460,500 人で、7 月として過去最高を記録した。
- 2018 年 8 月の訪日台湾人数は、前年同月比 4.4%増の 394,500 人で、8 月として過去最高を記録した。
- 台風による欠航や 8 月は台湾中南部における集中豪雨の影響で訪日機会の損失があったものの、航空座席供給量が前年同月と比較して大幅に増加したことに加え、8 月 1 日からのタイガーエア台湾の花巻-台北線が定期便化するなど地方への誘客を促進したこともあり、訪日者数は堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- Yahoo! 奇摩 専属のKOLを活用した中部地方をめぐる動画プロモーションを実施、台湾でトレンドのキャンプをテーマに岐阜県を中心に夏の中部地方の魅力を発信した。撮影したコンテンツは YahooTV での放映の他、SNS、バナー広告等でも発信し、9 月までに 68 万回の再生を記録した。今後、東北地方でも同様のプロモーションを予定している。



Yahoo!奇摩 専属 KOL「TOKYO GOGO LOOK」による動画プロモーション

- 「音楽」×「アウトドア」×「訪日旅行」という、新たなテーマで日本の魅力を訴求するため、台湾で知名度のある「FUJI ROCK FESTIVAL」取材し、VJ 台湾サイトに特集ページを制作、掲載した。ライブの楽しみ方はもちろん、当地での自然、川遊びやワークショップ、キャンプ、フェスグルメなど、多種多様なフェスの楽しみ方を発信した。



VJ 台湾サイト「日本旅遊活動」の「最鮮日本」コーナーへ「FUJI ROCK FESTIVAL」特集記事の掲載

## 【香港】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日香港人数は、前年同月比 3.3%減の 226,800 人であった。
- 2018 年 8 月の訪日香港人数は、前年同月比 0.7%増の 198,100 人で、8 月として過去最高を記録。
- 中部空港等へのキャセイパシフィック航空による増便や 8 月の徳島へのチャーター便の就航等もあり、航空座席供給量は前年同月と比較し増加しているが、香港メディアにより大阪府北部の地震や平成 30 年 7 月豪雨、猛暑など、訪日需要に影響を与える報道が続いたことから、訪日者の伸びは低調な推移となった。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 若年層、初訪日層の送客に強いオンライン旅行会社 Trip.com と、8 月 1 日より、香港人女性 3 名がそれぞれの興味に沿って九州を巡る旅を魅力的に紹介する 3 編の映像コンテンツをフックとした共同プロモーションを開始した。



Trip.com トップページでのバナー広告



香港人女性 3 名それぞれの動画プロモーション

- 東北の観光魅力訴求を目的に、ゆるたびガール Cherry とその親友による東北旅行の映像コンテンツを香港事務所ゆるたびサイトにアップ。動画による観光スポットの紹介にとどまらず、同時期に開催した香港ブックフェアと連動し、東北旅行等をプレゼントする写真投稿コンテストもあわせて実施した。



ゆるたびサイト(東北旅行トップページ)



東北旅行映像コンテンツ



写真投稿コンテスト

## 【タイ】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日タイ人数は、前年同月比 31.2%増の 74,400 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日タイ人数は、前年同月比 31.3%増の 47,500 人で、8 月として過去最高を記録。
- 7-8 月は旅行閑散期であるが、相次ぐ新規就航や増便で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。閑散期対策として 5 月から展開した夏季向け特設サイトや広告、新規就航や増便をした航空会社との共同広告等に加え、8 月には下記 TITF へ出展し、訪日旅行に関する情報発信を行ったことで、出発日間際の訪日旅行商品購入者等への誘客促進が図れたことが、訪日者数増加を牽引したと考えられる。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- タイ市場において旅行のピークシーズンの一つである秋季の訪日旅行を促進するために、8 月 28 日に特設サイトをオープンし、日本の秋にお薦めする全国の 10 か所のスポット(北海道函館市の見晴公園、青森県の十和田湖、富山県の黒部溪谷トロク電車、鳥取県の大山等)と各地で楽しむことができるアクティビティを取り上げ、それぞれの秋の楽しみ方を色鮮やかな写真とともに紹介し、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/autumn2018/>)

- 8 月 9 日～12 日にバンコク中心部にあるクイーンシリキット・ナショナルコンベンションセンターにて開催された国際旅行博 Thai International Travel Fair #23(第 23 回 TITF)に秋の日本をテーマとした VJ ブースを設置し、パンフレット配布、旅程相談等を通じて訪日旅行情報発信を行うとともに、会場での日本行き航空商品購入者向けのギフトアウェイキャンペーンや訪日旅行で体験できるアクティビティに関するクイズ等を行い、秋季の訪日旅行を促進した。



第 23 回 TITF 会場の様子

## 【シンガポール】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 8.5%増の 21,400 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 6.3%増の 16,300 人で、8 月として過去最高を記録。2017 年 3 月以降 18 ヶ月連続で当該月最高を更新中。
- 年間を通してみれば旅行のオフシーズンであるが、新規就航、機材の大型化によって航空便座席供給数が全体的に増加傾向にあり、一定の訪日数の伸びに繋がったと思われる。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7-8 月には会員専用サイト「JAPAN by Japan」上でブログの更新と、中国・四国地方について、キャンペーンを兼ねた情報発信を実施した。食、歴史、文化、自然のカテゴリー別のページや行程案、季節ごとの写真を取り入れ、中国・四国地方の魅力を発信している。



JAPAN by Japan サイト画面

- 8 月前半に「Travel Revolution」、中旬には「NATAS」旅行博が開催された。旅行博全体の来場者数は、「Travel Revolution」では 3 日間で 80,000 人(前年比 2.6%増)、「NATAS」では 3 日間で 113,000 人(前年比 39.5%増)であった(それぞれの主催者発表より)。また、訪日旅行商品購入者数については、両旅行博合わせて 2,714 人(前年比 25.6%増)となった。



NATAS でのブースの様子

## 【マレーシア】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 7.1%増の 23,100 人となった。
- 2018 年 8 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 4.6%減の 20,100 人となった。
- 7 月はマレーシア航空のクアラルンプール-成田線の増便や 3 月に開催された旅行博(MATTA Fair)が盛況であったこともあり、増加となった。8 月もマレーシア航空のクアラルンプール線の増便や機材変更による座席数の増加があったものの、祝日(ハリヤハジ)が平日にあたったため連休となった昨年と比較して数字が低調となり、前年同月を下回った。
- 8 月はマレーシア航空のクアラルンプール-成田線の機材変更による座席数の増加や同区間の増便があったものの、祝日(ハリヤハジ)が平日にあたったため、祝日を含めて 4 連休となった昨年と比較して、旅行需要が抑え地域別訪日旅行市場の概況 4 られたこともあり、訪日者数は前年同月を下回った。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 14 日、15 日にペナンで開催される旅行博「Malaysian International Travel Mart (MITM) Penang 2018」に出展した。共同出展者にご参加いただき、日本各地の魅力をオールジャパンで PR した。JNTO カウンターでは、日本への旅のシーズンなどの質問が多く寄せられ、訪日旅行への関心の高さをうかがわせた。総来場者数は、65,000 人(前年 62,000 人)と昨年より若干を減少したが、本年 4 月に同フェアが臨時開催されたことを考慮するとペナンマーケットの旅行フェア人気の高さがうかがえる結果になった。なお、行先別人気旅行先ランキングでは、日本が 2 位中国、3 位韓国を押さえ、1 位になった。
- 8 月 3 日～5 日の 3 日間、マレーシアの地方都市ジョホールバルで開催された旅行博「MATTA Fair ジョホールバル」に出展した。ジョホールバルは、シンガポールから橋を渡って入国できるマレー半島の南端に位置するため、海外旅行商品の多くは、シンガポール発の商品となるなど、シンガポールの影響を受ける市場である。マレーシアで人気の定番の東京、大阪、北海道に加え、シンガポールから直行便の就航した沖縄の人气が高かった。今回から会場が変更になったこともあり、総来場者数 10,000 人(前年 13,000 人)、対前年比 23.0%減となった。



MITM Penang2018 の様子



MATTA Fair Johor Bahru 2018 の様子

## 【インドネシア】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 13.2%増の 26,500 人であった。
- 2018 年 8 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 25.2%増の 17,500 人で、8 月として過去最高を記録。
- SNS での情報発信などの継続的なプロモーションに加えて、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引き続き訪日者数増加に寄与したと考えられる。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ◆ インドネシア第 2 の都市スラバヤにて、航空会社主催の「Singapore Airlines Travel Fair 2018」に 8 月 9 日(木)～12 日(日)の期間で出展した。4 日間合計でブース来場者数約 6,000 名、訪日旅行商品購入者数約 600 人となった。来場者向けアンケート結果によると、訪日旅行時の目的地希望としては、東京・大阪・テーマパークが依然として人気であるが、北海道・中部(アルペンルート、白川郷)への関心の高さが窺えた。また、旅行に関する情報取得方法は Instagram の利用度が高く、旅行形態としては家族旅行が高い割合を占めていた。



「Singapore Airlines Travel Fair 2018」会場の様子(インドネシア・スラバヤ)

- ◆ インドネシア語公式 Instagram ページ(9 月 19 日現在、フォロワー数 16,400 人)を活用して、7 月・8 月は主に「中国地方」の魅力を PR した。投稿の内、主に人気が高かったのは、厳島神社(広島県)、倉敷美観地区など(岡山県)、錦帯橋(山口県)に関する記事であった。また、6 月から新大阪博多間を運行している、ハローキティ新幹線も注目度が高かった。



広島・厳島神社の紹介(7 月 24 日)



岡山・倉敷美観地区などの紹介(8 月 19 日)

インドネシア語公式 Instagram サイト <https://www.instagram.com/jntoid/>



## 【フィリピン】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 18.5%増の 29,000 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 15.9%増の 24,700 人で、8 月として過去最高を記録。
- フィリピン航空のセブ-中部線の増便や 3 月末からのジェットスター・アジア航空のクラーク-関西線の新規就航など航空座席供給量が昨年と比較して増加したことから訪日者数が堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ✳ フィリピンの首都マニラの SMX Convention Center にて、7 月 5 日から 8 日にかけて行われた旅行フェア「Travel Madness Expo (TME) 2018 」にビジット・ジャパンプースを出展。世界各国から 158 の団体、日本からは 12 の共同出展者にご出展をいただきフィリピンの第 2 訪日旅行シーズンである秋・冬の訪日旅行意欲の喚起のための情報発信を行った。各旅行会社がキャンペーン価格で有益な旅行商品が販売された。



ビジット・ジャパンプースの様子

- ✳ フィリピン人の訪日目的のひとつに「自然・景勝地観光」があり、ファン数が 17 万人を超える Facebook ページ (Visit Japan Philippines) で夏の訪日魅力の PR 発信として「北海道美瑛町の四季彩の丘」や「宮崎県小林市の生駒高原」を投稿したところ大きな反響があった。



北海道美瑛町の四季彩の丘



宮崎県小林市の生駒高原

## 【ベトナム】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 35.6%増の 33,500 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 38.7%増の 34,200 人で、8 月として過去最高を記録。
- 夏季休暇シーズンにより家族旅行をはじめとした訪日需要が大幅に増加したことに加え、職場旅行を含むインセンティブツアーや 8 月に実施されたチャーター便の運航による送客増もあり、訪日者数は好調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ベトナム中部の都市ダナンにおいて、7 月 26 日にビジットジャパンセミナー・商談会を、7 月 27 日～29 日には「ダナン越日文化交流フェスティバル 2018」にビジットジャパンプースを実施・出展した。セミナー・商談会では、日本から自治体や旅行関係会社など 14 団体、ベトナムから旅行会社などバイヤー 17 団体、メディア 5 団体が参加し、増加しつつある訪日旅行需要に対応するための積極的な商談が行われた。また、ダナン越日文化交流フェスティバルでは、会期中ブースに 4,500 人を超える人が訪れ、日本への関心の高さが伺えた。



左：ダナンでの商談会の様子  
右：ダナン越日文化交流フェスティバル  
ビジットジャパンプース

- 秋季における訪日旅行商品の販売促進を目的とし、旅行会社と連携し、期間中に訪日旅行商品購入者へプレゼントを進呈するキャンペーンを 7 月 26 日から実施している。併せて、キャンペーン告知のための各種オンライン広告を展開し、ベトナムにおける訪日シーズンである秋の訪日需要喚起を行った。



秋季キャンペーン メインビジュアル

- 8 月 20 日から 24 日の日程で、ベトナムの旅行会社、航空会社、プロガーの計 13 名を北海道の札幌・登別・富良野エリアへ招請。夏・秋シーズンの北海道の魅力的な観光地を紹介、今後のツアー造成、北海道の魅力発信を目的とした視察を行った。また、視察期間中に北海道の自治体、観光関係団体との懇親会を実施した。



ファムトリップの様子  
左：白い恋人パークにて  
右：北海道の自治体、観光関係団体  
との懇親会

## 【インド】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日インド人数は、前年同月比 13.2%増の 12,400 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日インド人数は、前年同月比 4.3%増の 10,500 人で、8 月として過去最高を記録。
- 春季休暇後の当該時期はビジネス需要が活性化する傾向にあり、報奨旅行の催行も訪日者数の増加に寄与したと考えられる。1 月からの査証発給要件緩和やデリー・ムンバイを中心とした訪日旅行の知識向上を目的とした旅行会社対象向けセミナーを実施の効果もあり、訪日者数は堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 共同広告事業の一環として、日系航空会社と訪日旅行取扱実績のある旅行会社が連携しゴールデンルート中心の団体旅行商品をインド大手新聞・雑誌にて 7-8 月に 8 回出稿した。
- インド人に関心が高い「文化・歴史」「最新トレンド」「自然・景観」といったテーマを中心に訪日旅行の魅力を紹介する 2018 年度プロモーションビデオ「In Japan Once Is Never Enough」制作の一環で、東京・富士・京都・大阪で 7 月 27 日～31 日にミスワールド 2016 年日本代表の吉川プリアンカ氏を起用しロケ撮影を実施。観光地だけでなく、体験やバジタリアンも意識したご当地グルメ情報も取り上げる。7 月 30 日は当該市場として初のライブ動画 (Facebook Live) 配信を行った。事前告知には、イベントページと動画投稿を Facebook で行った。視聴者から寄せられたコメントに対して吉川氏がライブで会話などがこうして撮影期間で合計約 8000 人にリーチすることができた。完成した動画はオンラインメディアや旅行博・商談会等で訪日プロモーション需要喚起に活用。



東京ロケ撮影の様子



京都ロケ撮影の様子



大阪ロケ撮影の様子



ライブ動画配信

## 【豪州】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日豪州人数は、前年同月比 11.6%増の 33,900 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日豪州人数は、前年同月比 7.0%増の 23,700 人で、8 月として過去最高を記録。
- 8 月は高温多湿の気候が敬遠され、訪日旅行市場はオフシーズンであるが、訪日旅行人気は継続していることから、一定の増加があった。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 14 日、15 日の 2 日間にわたり、シドニーにおいて開催された日本アニメ／マンガの祭典「SMASH」に出展した。総来場者数は 2 日間で 22,000 人、VJ ブース来場者数は 2,100 人であった。ブース来場者は旅行博などのイベントと比較すると若い年代が多く、アンケートの結果から、ポップカルチャー関心層も一般観光に興味を持っていることが分かった。
- 8 月 17 日～26 日にかけて、シドニー郊外のオーバン市にある Japanese Garden にて開催された「Sydney Cherry Blossom Festival」に 18 日、19 日の 2 日間ブースを出展し、日本に関する情報提供を行った。2 日間の総来場者は約 38,000 人、VJ ブース来場者は約 3,600 人であった。
- 地方への誘客を目的に、7 月 2 日～11 日にかけて旅行会社 6 社 6 名を金沢・長野・上高地などへ招請して、夏のアクティビティを体験してもらった。続いて 8 月 2 日～7 日にかけては、豪州大手雑誌の Escape の記者 1 名を青森・岩手・秋田へ、インフルエンサー 1 名を福島・山形・宮城へ招請して、夏の東北を体験してもらった。



SMASH!出展



旅行会社招請  
クッキングスタジオ金澤さろん



旅行会社招請  
松本城



旅行会社招請  
白川郷

## 【米国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日米国人数は、前年同月比 13.4%増の 146,700 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日米国人数は、前年同月比 12.1%増の 103,100 人で、8 月として過去最高を記録。
- JNTO のメディアへの情報提供、支援等の取り組みにより、業界・一般向け双方のメディアで日本関連記事の露出が増加していることに加え、日本の地方に関する記事も増加していることから、こうした多様な日本の魅力発信が訪日需要を喚起した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- JNTO ニューヨーク事務所は、富裕層を取り扱うリテールエージェントが加盟する米国最大のコンソーシアム Virtuoso が 2018 年 8 月 11 日～17 日にラスベガスにて主催した「Virtuoso Travel Week」(総会)に参加。JNTO は 2007 年に同団体に加盟、2009 年から今回まで 10 年連続で総会に参加しており、今回の総会では旅行エージェントと約 600 件の商談を行ったほか、約 120 名のエージェントが参加した朝食セミナーを開催し、ホテル、航空会社、ツアーオペレーター等のサプライヤーともに訪日旅行のPRを行った。各参加者からは、訪日旅行商品の売り上げが堅調に伸びているとのコメントが多く聞かれた他、新たな観光魅力を求めている声も聞かれ、米国における訪日旅行市場の存在感の高まりが感じられた。
- JNTO ロサンゼルス事務所は、2018 年 7 月に国際交流基金ロサンゼルス日本文化センターと連携して、訪日旅行に関心のある米国人 41 名を対象に、訪日旅行及び旅行に役立つ日本語に関するワークショップを開催し、日本語教育と絡めた効果的な訪日魅力の発信を行った。また、同 7 月には、在サンフランシスコ日本総領事館と連携して、サンフランシスコで開催されたラグビーワールドカップ・セブズ 2018 のスタジアムに旅行会社や航空会社、関係自治体とともにブース出展し、観客動員数が 10 万人を越える中、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会をフックとした訪日プロモーションを行った。



Virtuoso Travel Week での  
JNTO 主催朝食セミナー



国際交流基金と連携したワークショップ



ラグビーワールドカップ・セブズ 2018 での  
プロモーション

## 【カナダ】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 3.3%増の 27,300 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 10.9%増の 24,900 人で、8 月として過去最高を記録。
- 前年同月比 10.9%増の 24,900 人で、8 月として過去最高を記録。航空会社との共同広告事業やエアカナダ機内誌での訪日旅行記事の掲載に加え、6 月のモントリオール-成田線の新規就航による座席供給量の増加や、これを契機とした共同広告事業など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訪日需要を下支えし、訪日者数は堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ✳ ケベック州・モントリオールで開催されたアニメ、マンガ、ゲーム、映画などのポップカルチャーイベント「オタクソン」に在モントリオール日本国総領事館と連携してブースを出展し日本観光情報の発信を行うとともに訪日旅行セミナーを開催した。



オタクソンでの訪日セミナーの様子



オタクソンコスプレ大会の様子

- ✳ オンタリオ州ミシサガ市で開催されたジャパンフェスティバルカナダに在トロント日本国総領事館、国際交流基金、日本貿易振興機構と連携して PR ブースを出展し訪日観光に関する情報発信を実施した。



ジャパンフェスティバルカナダでのブースの様子



ジャパンフェスティバルカナダでの屋台の様子

## 【英国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日英国人数は、前年同月比 0.9%増の 26,500 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日英国人数は、前年同月比 9.1%増の 24,200 人で、8 月として過去最高を記録。
- JNTO によるメディアへの支援による日本露出の増加や OTA 等との共同広告、旅行会社向けの研修会の実施など、継続的な訪日旅行プロモーションの効果が訪日需要の増加に寄与し、訪日者数は堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 13 日から 15 日にかけて、ロンドンにて毎年開催されている英国最大の日本カルチャーイベント「Hyper Japan Festival 2018」に出展した。本イベントは日本食や伝統文化のみならず、音楽、ファッション、ゲーム、漫画やアニメを含んだ幅広いポップカルチャーをメインテーマとした日本ファンが多く集まるイベントで、今年も自治体国際化協会との隣接化を図り合同ブースの形で出展した。JNTO ブースに訪問した約 5,000 人に対し訪日観光の PR を行った。
- 英国の旅行雑誌としては最大の読者数を誇る Escapism に日本の観光地を紹介する記事広告を出稿した。開催一年前となったラグビーワールドカップも意識し開催都市などを中心として地方の魅力を発信した。
- 英国のラグビーイベントであるナショナルラグビーアワードに JNTO として参加をし、会場を訪れたラグビー関係者約 600 人に対して訪日観光を PR した。同イベントは地方の草の根のクラブチームなどのラグビー関係者が表彰されるイベントで、ロンドンだけでなく地方在住者に対して日本の観光魅力を発信した。
- JRA(日本中央競馬会)と協力し、アスコット競馬場にて行われる最も格式の高い「キングジョージ6世・エリザベスステークス」の機会を活用し、JRA が設営したブースにて来場者に訪日旅行を PR した。英国の競馬は社交の場としての色彩が強く、来場者も正装で来場し会場内は華やかな雰囲気包まれた。



ハイパージャパン会場の様子



ラグビーアワードでの表彰の様子

## 【フランス】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日フランス人数は、前年同月比 14.4%増の 33,300 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日フランス人数は、前年同月比 14.5 %増の 28,200 人で、8 月として過去最高を記録。
- 大阪地震、7 月豪雨、熱波の到来に関する報道により、8 月の訪日旅行への影響が懸念されたが、訪日者数は、前年比 14.5%増となり、直近では大きな影響をもたらさなかったと考えられる。
- 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上、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る。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 昨年度 10 月に九州に招請した A/R Magazine が 7・8 月号に日本特集の記事を掲載した。見開き 7 ページに渡り、取材をした屋久島が掲載されている他、東京や熊野古道などが掲載されている。



「A/R Magazine」7-8 月号

- 7 月 12 日に、パリ市内ホール La Villette にて行われた、ジャポニスム 2018 オープニングセレモニーにおいて、冒頭、JNTOが作成した訪日プロモーションビデオ「Enjoy my Japan」が放映された。また、参加者へのお土産として、JNTOパリ事務所が作成したプロシユア「アートから旅へ、日本の約束」(ジャポニスム2018の企画展示と、それに縁のある日本の観光地・施設を紹介)が配布された。プロシユアは、ジャポニスム 2018 の情報センター(パリ日本文化会館地上階)や、展示会場等をはじめ、様々な日本関係機関等で配布中。アートに興味のあるフランス人に日本への旅行に興味を持ってもらえる内容となっている。



JNTO 作成の訪日プロモーションムービーの放映



JNTO パリ事務所作成



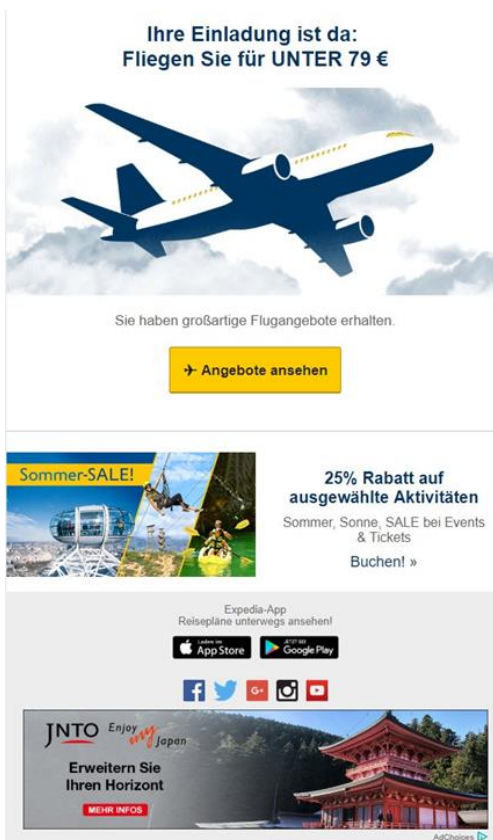
## 【ドイツ】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 11.0%増の 17,200 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 13.5%増の 16,200 人で、8 月として過去最高を記録。
- 好調なドイツ経済の下、航空座席供給量の増加に加え、純広告や共同広告など、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、訪日者数は堅調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月から 8 月にかけての 2 か月間、大手オンライントラベルエージェントと共同キャンペーンを実施し、前年同時期比で約 950 人の訪日旅行者数の増加につながった。
- 7 月 21 日に、ケルンで開催されたケルン日本文化会館(国際交流基金)主催の夏祭りに JNTO ブースを出展した。ブースでは来場者から四国八十八ヶ所お遍路の旅など多岐にわたる質問を受けたが、個々のニーズに応じ、各地域のパンフレット等を用いながら、訪日旅行の認知度向上につなげた。当所では在外公館、政府系法人、企業と協同して様々な事業も「オールジャパン」として拡充している。



Ihre Einladung ist da:  
Fliegen Sie für UNTER 79 €

Sie haben großartige Flugangebote erhalten.

→ Angebote ansehen

Sommer-SALE!  
25% Rabatt auf ausgewählte Aktivitäten  
Sommer, Sonne, SALE bei Events & Tickets  
Buchen! »

Expedia-App  
Reisepläne unterwegs ansehen!

App Store Google Play

f t G+ i y

JNTO Enjoy Japan  
Erweitern Sie Ihren Horizont  
MEHR INFOS



ケルン日本文化会館・夏祭り(7 月 21 日)

大手オンライントラベルエージェントとの共同キャンペーン(7 月～8 月)

# 【イタリア】

## 7-8 月の市場動向トピックス

- 2018 年 7 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 23.3%増の 13,500 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 28.5%増の 22,100 人で、単月として過去最高を記録。
- 旅行会社等との共同広告や雑誌への日本各地の記事の掲載による日本の露出増加や JNTO イタリア語 Facebook での情報発信などによる旅行先としての日本の認知度の高まりに加え、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あったこともあり、訪日者数は好調に推移した。

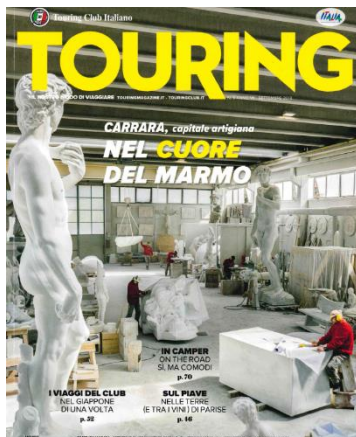
## 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 2 日に、ローマで開催された映画祭「イゾラデルチネマ」の日本祭「日本のタペ 2018」に参加し、東北のプロモーション映像の放映や、東北のお酒のふるまい、津軽三味線の演奏を行い、ディスティネーションとしての東北の認知度向上を図った。上映映画は「名前」(日本大使館、日本文化会館との連携事業)。入場者数は有料入場者数 267 名、招待入場者数 76 名の計 343 名であった。



イゾラデルチネマにおける観光 PR デスク

- 平成 29 年 11 月に JNTO が実施した招請事業の成果として、旅行や文化をテーマに掲載している月刊誌「TOURING」において、8 月末に 7 ページにわたって掲載された。本誌では、しまなみ海道、お遍路八十八ヶ所霊場巡り、祖谷など四国や瀬戸内地方が紹介された。



雑誌「TOURING」9 月号（8 月末発行）

## 【ロシア】

### 7-8月の市場動向トピックス

- 2018年7月の訪日ロシア人数は、前年同月比23.1%増の7,800人で、7月として過去最高を記録。
- 2018年8月の訪日ロシア人数は、前年同月比14.8%増の6,700人で、8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。

### 7-8月の主なプロモーション活動

- 7月17日、ペテルブルグ市内中心部においてツアーオペレーターとの共同セミナーを実施。40社42名のエージェントが参加し、訪日旅行販売初心者向けの情報を提供し、新規取り組みを促した。
- 7月29日、富裕層の視聴が多いラジオ局「エコーモスクワ」旅行情報番組において訪日旅行情報発信を行った。先月の放送に続き2回目となり、多様な日本食の魅力を発信。毎月1回、11月まで継続予定。
- 今年の新規就航路線の2都市(ノヴォシビルスク及びイルクーツク)に訪日旅行促進を開催し、現地の旅行会社及びメディア合計82名が参加した。セミナーのプログラムはJNTO及びS7航空、日本のツアーオペレーター3社、訪日クルーズ販売に特化しているBreeze社によるプレゼン、意見交換及び商談会。
- 8月20日にニュース番組Russia24のイルクーツク放送と調整した上で、イルクーツク⇄成田便の紹介コンテンツをニュース番組に追記した。その中で、すでにイルクーツク⇄成田便を利用した顧客のインタビューや在ハバロフスクの松本総領事(イルクーツクは在ハバロフスク総領事館の管轄)の訪日旅行の魅力を紹介するメッセージ等を放映した。

<http://vesti.irk.ru/watch/237054/> (21:44~)

<https://www.youtube.com/watch?v=B6opDZuU1z8> (06:23~)



サンクトペテルブルクセミナーの様子



ノヴォシビルスクセミナーの様子

## 【スペイン】

### 7-8 月の市場動向トピックス

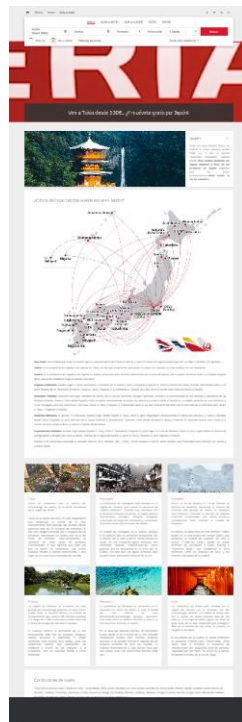
- 2018 年 7 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 15.7%増の 13,500 人で、7 月として過去最高を記録。
- 2018 年 8 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 29.8%増の 19,300 人で、8 月として過去最高を記録。
- 外国旅行需要自体が増加傾向にあることに加え、旅行博への出展や航空会社や現地 OTA との共同広告など、継続的に展開している訪日旅行プロモーションによる旅行先としての日本の認知度の高まりもあり、訪日者数は好調に推移した。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

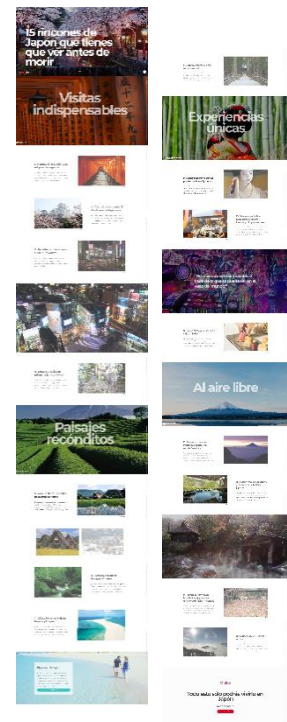
- 7 月中、イベリア航空の成田直行便増便キャンペーンの一環として、同機内誌「RONDA」へ、20 ページの記事広告を掲出。またイベリア航空の成田直行便の 1 ページ広告を合わせて掲載し、本年 10 月からの増便を告知。搭乗客(読者)延べ 200 万人へ向けて、直行便の利便性向上を PRしつつ、訪日観光の魅力を紹介した。
- 8 月 30 日よりイベリア航空、JAL、フィンエアー、プリティッシュエアウェイズとの共同広告をスタート。同料金には国内線往復無料が含まれ、地方への誘客も期待できる。キャンペーン価格での購入は 10 月 10 日まで可能。
- 8 月 22 日、スペイン大手旅行情報サイト「Minube」に「死ぬ前に見るべき 15 か所の日本のおすすめスポット」について紹介する記事広告を掲載した。



イベリア航空機内誌  
「RONDA」7 月号



共同広告ランディングページ



旅行情報サイト  
「Minube」記事広告