

【韓国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日韓国人数は、前年同月比58.1%減の201,200人であった。
- 2019年10月の訪日韓国人数は、前年同月比65.5%減の197,300人であった。
- 最近の日韓情勢の影響を受け、訪日旅行を控える動きが発生していることに加え、中国やベトナムなど海外渡航先が多様化していること、韓国経済が低迷していることなどから、訪日者数は9月、10月ともに前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 日韓交流おまつり、釜山国際観光博(BITF)にて、VJブースを出展し、日本各地の観光情報を発信した。日韓情勢が低迷する中でも、多くの人々がブースを訪れ、訪日旅行への変わらぬニーズを確認できた。
また、JNTO ソウル事務所の公式 SNS では、日韓交流イベントの様子や交流団体の訪日歓迎コメントなど、「日本にある韓国愛」を発信し、日韓交流の気運醸成に努めている。



(日韓交流おまつり VJブース) (釜山国際観光展 VJブース) (日本にある韓国愛 SNS 投稿)

- 韓国現地の旅行会社を対象とした、東北観光セミナー(全6回予定)を開催し、東北旅行を「列車」「スノー」「アート」など様々な切り口で解説、これら東北観光コンテンツを知り尽くしたスペシャリストを、韓国の旅行業界に育成することで、訪日旅行商品造成の更なる活発化を目指している。



(東北旅行スペシャリスト育成セミナーの様子)

【中国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日中国人数は、前年同月比 25.5%増の 819,100 人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日中国人数は、前年同月比 2.1%増の 730,600 人であった。
- 新規就航や増便による航空座席供給量の増加に加え、1月から開始した個人査証の発給要件緩和の効果や昨年の台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航等の反動増があったこともあり、訪日者数は前年同月比で好調な伸びを記録した。

7-8月の主なプロモーション活動

【日本】9月2日(月)にホテル青森において「VISIT JAPAN 日本東北地区観光商談会」を開催。中国全土の旅行会社15社と東北地区を中心として営業する宿泊施設、地方自治体、および体験施設等の日本側セラー15団体が参加し、活発に商談が行われた。商談会の後、4泊5日でファミツアーを実施。帰国後も継続して問い合わせがあり、高い関心が窺えた。



【北京】10月17日(木)~20日(日)到北京で開催された「WORLD WINTER SPORTS(BEIJING) EXPO 2019」に出展。JNTOと自治体、会員企業等で共同出展し、オールジャパンで日本の冬季観光の魅力をPRした。博覧会前日には、「2019 北京 VISIT JAPAN 観光・スノーレジャー商談会」を開催。日本から28団体が参加し、196件の商談が行われた。



【上海】10月19日(土)・20日(日)に上海市内、10月26日(土)・27日(日)に天津市内のショッピングモールにて、東北プロモーションイベントを開催し、東北の観光魅力の紹介、青森ねぶた囃子の披露、動画フォトスポットの設置、日本伝統文化体験(赤べこ絵付け)などを行った。東北数次査証に関する説明を行い、当該査証の認知度向上と東北への誘客促進を図った。



【台湾】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日台湾人数は、前年同月比14.3%増の376,200人で9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日台湾人数は、前年同月比9.0%増の413,700人だった。
- 9月は、地方への新規就航や増便、チャーター便の運航による航空座席供給量の増加に加え、昨年発生した台風第21号の影響等による訪日者数減少の反動や航空会社のストライキに起因する航空運賃の値下げの影響があり、訪日者数は2桁の伸びを記録した。10月は、台風第19号の影響による航空便の欠航等があったものの、昨年は連休とならなかった国慶節が今年は4連休となった影響もあり、訪日者数の前年同月比は増加した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 個人旅行化が進む台湾において、訪日旅行の新たな魅力を発信するツアーの造成・販売の働きかけのため、台湾の旅行会社を対象とした訪日旅行商品コンテストを実施し、9/20に上位8社を表彰した。10/6はリピーターを対象にまだ知られていない日本の魅力を発信するため、台北市でプロガーイベントを実施し、200名超の一般消費者が参加した。四国・中部地域の魅力やアクティビティを中心に地方での楽しみ方を発信し、訪日意欲を喚起した。
- 10/28-29に台湾からの訪日教育旅行の一層の拡大を図ることを目的とし、日台教育旅行交流会を実施した。台湾側約80名と日本側約120名が参加し活発な意見交換が行われ、交流会後に日本国内の各地方13コースに分かれて地方視察を行った。



(旅行商品コンテスト表彰式)



(プロガーイベント)



(日台教育旅行交流会)

- 東北地域プロモーション特設サイトを9/4にオープンし、プロガーによる旅行記事の公開及び、台湾の有名テレビ番組である食尚玩家とタイアップしたプロモーション動画を順次公開中。10/19には台北市で、プロモーション動画に起用したタレント盧彦澤氏を招いた一般消費者イベントを実施し、東北地域の魅力を発信した。イベントには200名を超える一般消費者が参加し、大盛況であった。プロモーション動画はVJ台湾公式サイト「日本旅遊活動」にも格納し、イベント参加者だけでなく広く一般消費者に効果が波及している。



(特設サイトキービジュアル)



(プロモーション動画)



(一般消費者イベント)

【香港】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日香港人数は、前年同月比23.6%増の155,900人であった。
- 2019年10月の訪日香港人数は、前年同月比6.6%増の180,600人で、10月として過去最高を記録。
- 9月は、大規模デモ等抗議活動の影響や台湾、タイ等安価に楽しめる旅行先が好評ではあったものの、増便等による航空座席供給量の増加や昨年発生した台風第21号の影響等による訪日者数減少の反動もあり、訪日者数の前年同月比は好調な伸びを記録した。10月は、台風第19号の影響による航空便の欠航等があったものの、増便等による航空座席供給量の増加に加え、重陽節に伴う三連休による旅行需要の高まりや紅葉を目的とした訪日需要の増加もあり、訪日者数は前年同月を上回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月1日～5日にかけて、岩手県と宮城県に香港の旅行雑誌 Weekend Weekly を招請した。東北地域のアートや食、自然などをテーマとし、当該地域への訪日旅行需要拡大を図った。また、招請地域の特集は2回にわたり記事化され多くの観光情報が取り上げられた。



「Weekend Weekly」表紙
(9月26日発行号)



各号15～20ページにわたり東北地域を紹介

- JNTO 香港の公式サイトおよび Facebook にてキャンペーンを実施した。東北地域への友人との旅行をテーマに、映像や写真で自然や「癒し」などを紹介し、アンケートに答えて応募すると、抽選で日本国内線（東北路線）の航空券が当たるキャンペーンを実施することを通じて、当該地域への訪日旅行需要拡大を図った。



キャンペーンキービジュアル



ウェブサイトキャンペーンページ



自然の中でのアクティビティ等を紹介

【タイ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日タイ人数は、前年同月比14.1%増の62,100人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日タイ人数は、前年同月比23.2%増の145,300人で、10月として過去最高を記録。
- 昨年10月は台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航等があったこと、バンコク-福岡線の新規就航等に加え、日本関連イベントの開催に伴う日本の露出機会の増加、メディア招請や東北地方の広告宣伝等の訪日旅行プロモーションの効果もあり、訪日者数は2カ月連続して2桁の伸びを記録した。2019年1月から10月までの訪日者数累計は約1,013,800人となり、昨年よりも1カ月早く年間100万人超えを達成した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月10日に、地方都市旅行会社の訪日旅行商品造成・販売促進を図るため、タイ東北部ウドンタニにて現地旅行会社向けセミナーを実施した。JNTOからの訪日に関する全般的な情報発信に加え、福岡県、中部国際空港、タイライオンエアにもプレゼンテーションを頂き、地方都市でもリピーターが増えている現状を踏まえ、旅行先の多様化に対応する情報提供を行った。



- 9月24日～29日にかけて、旅行会社10社10名を山口県、島根県、広島県、福岡県に招請した。元乃隅神社、秋吉台、瑠璃光寺視察の他、萩での着物散策体験や、津和野の散策・源氏巻づくり体験、世羅高原での梨狩り、広島市内でのお好み焼きづくり体験、下関の唐戸市場および門司港レトロ地区視察を行った。招請中には、中国地域観光推進協議会、広島県、JR西日本が参加したセミナーも実施した。



【シンガポール】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日シンガポール人数は、前年同月比24.5%増の29,100人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日シンガポール人数は、前年同月比19.3%増の41,900人で、10月として過去最高を記録。

9月は前年同月比24.5%増の29,100人、10月は前年同月比19.3%増の41,900人で、それぞれの月で過去最高を記録した。9月は、学校休暇に伴う訪日需要や、昨年は台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航等があったこと、10月は、昨年は11月だった祝日に伴う三連休が10月となり旅行需要が高まったことに加え、2019年春頃からの増便や機材の大型化による航空座席供給量の増加もあり好調な伸びとなった。

9-10月の主なプロモーション活動

・9月27日～29日の3日間、旅行博「Japan Travel Fair」を開催した。JNTOシンガポール事務所が主催した本イベントは日本の観光関係者及び現地の旅行会社それぞれの共同出展を募り、日本からは地方自治体や運輸事業者など14団体に、現地旅行会社は13社にご参加いただいた。会場となったPlaza Singapuraは街の中心地にあることから買い物客も多く来場し、3日間合計で38,622人の来場があった。会場では、オープニングセレモニーの開催のほか、茶道体験や当地で人気のシェフと連携したステージイベントなどで催し場を盛り上げ、共同出展者とともに情報発信等を行い日本の魅力を訴求した。

＜ジャパン・トラベル・フェアの様子＞



・10月以降、複数の航空会社との共同広告を実施した。7月に日本への観光促進を目的としたMOC(協力覚書)を締結したシンガポール航空とは、同社の日本への直行便がある関東や中部地域を対象としたオンラインメディアへの記事提出や、オンライン広告等を実施し、冬から春にかけての訪日旅行を訴求した。JALとは東北地方の冬の訪日旅行を訴求するオンライン広告を実施した。

【マレーシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日マレーシア人数は、前年同月比8%増の28,000人で、過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日マレーシア人数は、前年同月比24.9%増の48,900で、過去最高を記録。
- 9月は、昨年は台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航等があったことや、3連休が3回あり海外旅行需要が高まったことから前年同月を上回った。10月は、昨年は11月だった祝日が10月の週末を挟んだ三連休となったことに加えて、祝日に合わせてマレーシア国内の学校が5日間をフェスティバルホリデーとして設定し、家族旅行の需要が大幅に増加したこともあり、訪日者数は前年同月を上回った。

9-10月の主なプロモーション活動

◆ 東北セミナーの開催

9月1日(日)クアラルンプール市内のホテルでJNTOとして初めて東北セミナーを開催した。仙台すずめ踊りのパフォーマンスからスタートし、東北観光推進機構のプレゼンテーションや現地旅行会社の商品説明、著名インフルエンサーの東北体験談など、様々な形で東北をPRし、浴衣着付け体験や金魚ねぶたコーナーなどのフォトスポットも好評で、東北への認知や理解を深めるきっかけとなった。



◆ 旅行博(MATTA Fair クアラルンプール 2019)に出展

9月6日(金)～9月8日(日)の3日間、クアラルンプールで開催された旅行博(MATTA Fair クアラルンプール 2019)に日本の20団体と共に出演した。ブースでは浮世絵や羽子板をモチーフとした伝統的なデザインで日本らしさを演出。また、ステージ上ではムスリムタレントやインフルエンサーのトークショー、日本の各種アクティビティ(射的や生け花、お好み焼き試食他)を実施。旅行博全体の総入場者数は101,789人と過去最高を記録した。



【インドネシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日インドネシア人数は、前年同月比2.3%増の25,000人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日インドネシア人数は、前年同月比20.7%増の34,100人で、10月として過去最高を記録。
- 昨年5月に就航したジャカルタ-成田線の運休等により航空座席供給量が減少した影響はあるものの、昨年は台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航等があったことに加え、7月から開催された多くの旅行博で秋期の訪日旅行商品が販売されたこと、インセンティブ旅行を目的とした渡航の増加もあり、訪日者数は好調な伸びを記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

- インドネシア3都市(ジャカルタ、スラバヤ、メダン)において9月24日から27日にかけて、訪日旅行セミナー・商談会を開催し、現地旅行会社等に向けて訪日旅行商品の造成を促すと共に、訪日観光情報の提供を行った。3都市合計でインドネシア側からは旅行会社190社、日本側からは自治体や宿泊・観光施設等延べ126団体が参加し、活発な商談が行われた。特にインドネシア第3の都市であるメダンでは、インドネシア側の参加バイヤー数が昨対比+97.5%(2019年は79社が参加)となり、訪日旅行への関心の高さが窺えた。
- シンガポール航空とのMOC締結による共同プロモーションとして、10月7日(月)から12日(土)にかけて、シンガポール航空ジャカルタ支社と共同で、ジャカルタ及びスラバヤの大手旅行会社幹部クラスの招請事業を実施した。招請事業では、中部地方、北陸信越地方及び大阪地区へ招請し、当該地域の旅行商品販売促進を図った。



商談会(メダン)の様子



旅行会社招請の様子

【フィリピン】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日フィリピン人数は、前年同月比52.5%増の37,800人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日フィリピン人数は、前年同月比36.7%増の64,700人で、10月として過去最高を記録。
- 9月、10月のどちらの月にも台風によるフライトキャンセルがあったものの、継続的に展開してきた訪日プロモーションに加えて、昨年度と比較して航空座席供給量の増加に伴って訪日者数は好調な伸びを記録した。なお、9月度の訪日者数の伸び率は、昨年度の台風による関西空港の閉鎖による影響もあった。

9-10月の主なプロモーション活動

- セブパシフィック航空がクラーク成田便を8月9日より新規就航を開始したことに併せて、9月6日～9日にかけてメディア招請を実施した。最大ボリューム層である家族層をメインターゲットとし、「東京から日帰り観光で楽しめる家族向けコンテンツ（チームラボボーダレス等）と SNS 映えする訪問地（富士山が見える新倉山浅間公園等）」を組み合わせたルートで、同航空会社の新規路線の利用促進に向けた発信を実施した。



横浜ロイヤルウィング



富士山視察 新倉山浅間公園

- 9月24日と25日にマニラとセブにて、フィリピン航空と連携した商談・セミナー会を実施した。マニラではバイヤー87社、セブではバイヤー77社と現地の旅行会社等の参加が多く、大盛況となった。



商談・セミナー会の様子

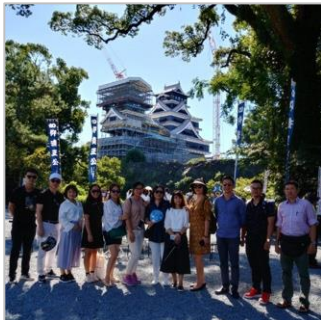
【ベトナム】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日ベトナム人数は、前年同月比30.9%増の38,300人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日ベトナム人数は、前年同月比18.0%増の46,500人で、10月として過去最高を記録。
- VJ事業による訪日セミナー・商談会やイベント出展、訪日プロモーションにより、紅葉鑑賞を目的とした旅行商品の販売が好調だったことに加え、新規就航、増便による航空座席供給量の増加やインセンティブ旅行を目的とした渡航の増加もあり、9月・10月ともに訪日者数は前年同月を上回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月25日から30日まで九州地域の魅力訴求及びツアー造成を目的に、ハノイとホーチミンから旅行会社10社を招請し、福岡・佐賀・長崎・宮崎・大分・熊本エリアのファミトリップを実施した。今後、直行便のある福岡空港を拠点としたツアー造成が期待される。



熊本城(熊本)



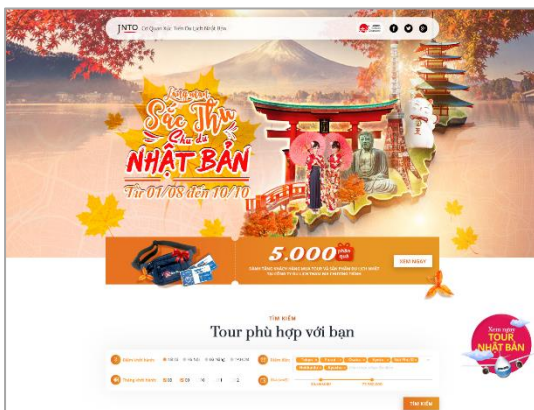
大浦天主堂(長崎)



別府地獄めぐり(大分)

- ベトナムの首都ハノイのメリア・ハノイ・ホテルにおいて、10月11日に「デジタル・ジャパン」セミナー商談会を開催した。日本側セラーとして自治体や旅行関係会社など25団体、ベトナム側バイヤーとして旅行会社25団体が参加し、好調な訪日旅行需要に対応するための積極的な商談が行われ、計190件の商談を実施した。

- 8月1日から10月10日まで、秋季の訪日旅行商品の販売促進のため、旅行会社と連携したキャンペーンプロモーションを実施した。日本の秋の魅力を訴求した特設サイトを公開し、訪日旅行商品を購入した方にはギブアウェイを提供するなど、秋季の訪日需要喚起や訪日旅行商品販売促進を行った。



キャンペーン特設サイト



ベトナム語公式 Facebook での投稿

【インド】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日インド人数は、前年同月比19.5%増の15,900人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日インド人数は、前年同月比1.2%増の13,900人で、10月として過去最高を記録。

9月はデジタル媒体やインフルエンサーを活用した情報発信等、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションの効果に加え、展示商談会及びインセンティブ旅行を目的とした渡航の増加もあり、訪日者数は好調な伸びを記録した。10月はデワリ等の祝祭日シーズンにより旅行需要が高まる中、台風第19号の影響による訪日旅行のキャンセルや延期等の影響はあったものの、訪日者数の前年同月比を上回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月19日(木)にムンバイにおいて「Japan Incentive Seminar 2019」を開催し、日本側セラー(旅行代理店・ホテル等)8社・2団体が、インド側からMICEを取り扱う旅行代理店28社40名が参加。同イベントでは、JNTOから先端技術の集積、サービスレベルの高さ、文化・観光面の魅力等といった日本でインセンティブツアーを開催するメリットを紹介した後に参加者間の商談会を実施。当日は100件を超える商談が活発に行われた。



セミナー



商談会

- 2019年10月4日(金)～14日(月)の期間、プレジャー(ビジネス+レジャー)層をターゲットとした訪日旅行を紹介することを目的として、沖縄、京都、横浜、東京へメディア招請を実施。被招請者は1976年にイギリスで創刊されたビジネスパーソン、富裕層向けの旅行雑誌(ビジネストラベラー)のインド支部。ライターが体験したホテル、食事、ビジネス旅行者がオフに行きたい旅先のレジャー記事等を紹介された。



旅行雑誌掲載



雑誌掲載

【豪州】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日豪州人数は、前年同月比24.4%増の60,500人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日豪州人数は、前年同月比8.8%増の51,600人で、10月として過去最高を記録。

9月1日の全日空パースー成田間直行便新規就航、ラグビーワールドカップに関連した日本のメディアへの露出機会の増加に伴う訪日旅行機運の高まりに加え、ラグビー観戦目的での訪日需要拡大により、9月、10月ともに各月として過去最高を記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月1日の全日空パースー成田間直行便就航を機に、9月1日から8日にかけて、西オーストラリアでの情報発信を目的としたメディア招請を実施した。東京、岡山、鳥取、島根を巡り、寺社仏閣や土地に広がる原風景、街並み、食、自然など、山陽・山陰地方の様々な魅力取材。
- 9月15日から9月21日、10月12日から10月18日にかけて、インフルエンサー合計5名を東北地方に招請。鳴子峡や狛鼻溪、白神山地などのダイナミックな自然やユニークな景観を紹介した。また、郷土料理や温泉なども体験し、東北地方の様々な魅力を各自のSNSで発信した。
- 10月7日から10日、富裕層市場に特化したBtoB商談会「Luxperience」がシドニーで開催され、共同出展者9団体とともに出展。3日間で400件を超える商談を実施した。また、富裕層コンソーシアムVirtuosoの加盟エージェント等向けの訪日旅行に関するウェブセミナーの実施や、Virtuosoが発行する雑誌「Virtuoso Life」への広告出稿なども通じて、富裕層向けのプロモーションに注力した。



メディア、インフルエンサー招請



Luxperienceの様子

【米国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日米国人数は、前年同月比21.6%増の127,200人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日米国人数は、前年同月比6.5%増の153,400人で、10月として過去最高を記録。
- 継続的なメディアへの情報提供等支援による日本の露出の増加により、訪日者数は好調な伸びを記録した。なお、9月は、昨年台風第21号の影響による関西空港の閉鎖に伴う航空便の欠航があったこともあり、前年同月比の伸率増加が顕著に表れた。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月28日～29日にかけてシカゴにて開催された中西部最大の食の祭典イベント「Chicago Gourmet 2019」において、在シカゴ日本国総領事館と連携しジャパンパビリオン内へVJブースを出展した。同イベントは毎年1万人以上の入場者があり、また入場料は一般的な旅行博と比較して数倍以上の価格であるため、食やレジャーに関心の高い富裕層の来場が特に多い点の特徴であるところ、ジャパンパビリオンにおいて来場者に日本食を楽しんでいただきつつ、食に紐づけてデスティネーションとしての日本各地の魅力を発信し、日本への直行便を有するシカゴにおいて訪日旅行を強く訴求した。



Chicago Gourmet 2019の様子

【カナダ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日カナダ人数は、前年同月比23.4%増の28,500人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日カナダ人数は、前年同月比11.7%増の37,700人で、10月として過去最高を記録。
- ラグビーワールドカップを目的とした訪日需要の高まりに加え、カナダとの関係が冷え込む中国やデモが続く香港から、日本への海外渡航先変更も考えられ、訪日者数の前年同月比は好調な伸びを記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

● 【旅行会社との共同広告】

訪日旅行商品販売促進のため、食と旅行がテーマの雑誌「DINE AND DESTINATIONS」に旅行会社と共同で広告を掲載した。また、スポーツやアドベンチャーツアーを取り扱うケベック州（フランス語圏）の旅行会社が発行するスキー雑誌に訪日スキー商品を5ページにわたり掲載した。



旅行会社との共同広告



訪日スキー商品紹介ページ

● 【旅行博・セミナー】

10月25日（金）、27日（日）の日程で、カナダフランス語圏ケベック州モントリオールにて開催された Salon International Tourism Voyage (SITV)に出展した。今年のSITVの総来場者数は36,250人（前年36,700人）で、日本・カナダの共同出展者とともに、VJブースに訪れた約7,000人に対して訪日旅行のPRを実施した。

また、SITV前日の10月24日（木）には現地の旅行会社・メディアを対象にSITV共同出展者とともに商談会・セミナーを実施し、活発な商談が行われた。



SITVでのVJブースの様子



商談会の様子

【英国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日英国人数は、前年同月比84.4%増の49,600人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日英国人数、前年同月比85.6%増の68,400人で、単月として過去最高を記録。
- EU 離脱後の経済に対する不安感はあるものの、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションの効果に加え、ラグビーワールドカップを目的とした訪日需要の高まりやロンドン-関西線の就航等による航空座席供給量の増加もあり、訪日者数の前年同月比は好調な伸びを記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

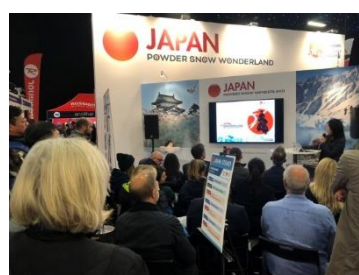
- 10月7日から9日の間、東京にて英国旅行業協会(以下「ABTA」)の年次総会「The Travel Convention」が開催された。同総会は、ABTAに加盟する旅行会社の幹部、旅行メディアの編集長など約450名のキーパーソンが一堂に会した英国旅行業界の一大イベントで、初めてのアジア開催となった。JNTOも開催支援とともに、会期中のJapan Destination Seminarで日本に関するプレゼンや、会期前後に旅行会社及びメディア向けの招請などの実施を通して、英国の旅行業界のキーパーソンに訪日旅行の魅力をアピールし、英国からの訪日旅行の拡大に向けて働きかけを行った。今回参加者においては、初訪日や、訪日商品の取り扱いはまだこれからという旅行会社も多く、日本の様々な魅力を知ってもらい、今後の商品造成または情報発信をする良い機会となった。
- 英国では、三か月から半年前に旅行を予約する傾向があることから、クリスマスから春先の旅行需要の取り込みを図ることを目的に、2社との共同広告を実施した。一つは、8月末から10月初旬まで、大手エアライン連合の一つであるoneworldと連携し、デジタルメディアを中心とした共同広告を実施した。パートナーエアラインと日本行き特別料金を設定し、秋から春先にかけての訪日需要喚起を図った。もう一つは、9月第1週から4週間にわたりExpediaとの共同広告を実施し、同サイト内に構築した日本特設ページにより東北などの宿泊商品の販促を行った。
- 10月24日から27日までの間、ロンドンにて開催されたTelegraph Ski and Snowboard Festivalに出展し、北海道、東北、長野・新潟からの自治体等参加者および現地のスキー取扱旅行会社と共に日本のスキーの魅力を訴求した。英国での日本のスキー場の認知度も年々高まっており、信州への訪問を検討している家族層や大雪山でのスキー経験のあるコアなスキーヤー等幅広い来場者があった。新規に訪日スキー商品の取り扱いを始めた旅行会社もあり、この12月からのヘルシンキー札幌間の新規就航(冬季、週2便)も寄与して、訪日スキーへのさらなる関心の向上が期待される。



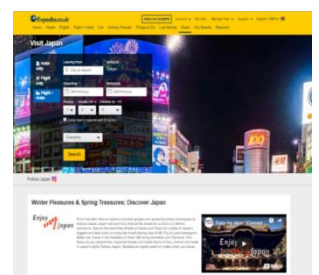
ABTA Japan Destination Seminar での様子



ABTA 招請
長野でネイチャー体験の様子



Telegraph Ski and Snowboard Festival の様子



Expedia との共同広告

【フランス】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日フランス人数は、前年同月比31.6%増の26,500人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日フランス人数は、前年同月比15.1%増の39,500人で、10月として過去最高を記録。
- ラグビーワールドカップに関連した日本のメディアへの露出が増えたことによる訪日需要の高まりに加え、増便による航空座席供給量の増加もあり、それぞれの月で過去最高を記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 毎週月曜日に発行されるラグビー専門新聞「Midi Olympique」にて、記事広告の形式で、開催地域周辺の観光魅力を2019年9月16日号より、毎週1つずつ掲載した。
- 9月6日～10月14日の期間、航空会社(ANA)との共同広告を実施。ウェブ広告やSNSでの広告を実施。また、旅行先としての日本の認知度向上のための広告として、地下鉄や国鉄駅(パリ、ボルドー、マルセイユ、リヨン、ストラスブール等)でのパネル広告及びスクリーン広告を実施。日本のプレゼンスを向上させるのと同時に、価格面での訴求を図った。
- 10月1日～4日、パリのポルト・ド・ヴェルサイユにて開催されたBtoB旅行見本市「IFTM TopResa 2019」に共同出展者21団体とともにビジットジャパン(VJ)ブースを出展し、旅行業界向けにPRを行った。連日、事前申し込みのあった共同出展者3団体が、会場内に用意されたカンファレンスルームにてセミナーを開催。新たな日本の旅行地の情報を求めて、旅行会社販売員や造成担当者が出席した。
- 10月5日から13日まで、訪日旅行を扱う造成担当者を対象に、北海道道東への招請事業を行った。知床クルーズ、知床の動物ナイトウォッチ、アイヌコタン、阿寒湖遊覧船、屈斜路湖や釧路川でのカヌー、硫黄山トレッキングなど、様々なアクティビティや歴史文化に触れる機会を提供した。訪日旅行を専門に取り扱う旅行会社及び、トレッキング旅行を扱う旅行会社を招請し、訪日旅行リピーター向けの商品造成を狙いとした。



Midi Olympique(10月14日-20日号)



北海道招請の様子

【ドイツ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日ドイツ人数は、前年同月比14.0%増の22,800人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日ドイツ人数は、前年同月比5.8%増の26,300人で、10月として過去最高を記録。
- ドイツ経済が減速傾向にある中、継続して実施しているグローバルキャンペーンをはじめ、新聞や雑誌での広告及び日本関連記事の掲載等により日本への関心・認知が高まっており、訪日者数は好調な伸びとなった。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月から10月にかけて、航空会社との共同プロモーションを実施し、オンラインバナー広告をはじめ、Facebook、InstagramやYouTubeといったSNSを活用した宣伝を効果的に取り組んだことなどにより、昨年度同時期のキャンペーンと比べて訪日旅行予約数が約2割増となり、訪日ドイツ人客数の増加に寄与した。



<Facebook 広告>



<ウェブバナー広告>



- 10月22日から28日の間、山形県及び東京都にドイツの大手新聞や旅行媒体のメディア記者4名を招請し、郷土料理、温泉、山伏やトレッキングの体験などを通して取材してもらい、東北地域等における様々な観光の魅力を訴求した。



<プレストリップの様子>

【スペイン】

9-10月の市場動向トピックス

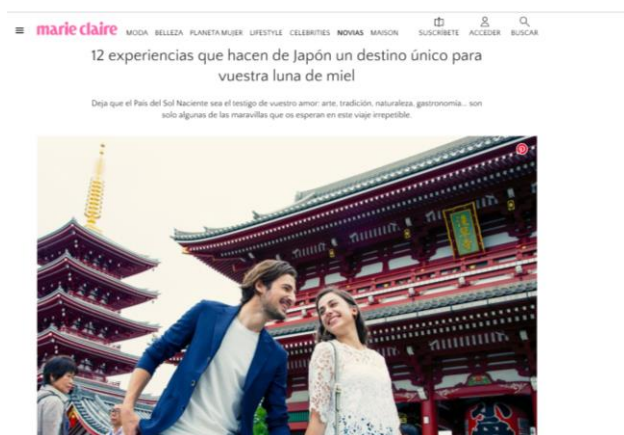
- 2019年9月の訪日スペイン人数は、前年同月比8.8%増の11,500人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日スペイン人数は、前年同月比2.8%減の13,700人で、本年3月以来7か月ぶりに減少。
- 航空会社や旅行会社との共同キャンペーン等、継続的に展開している訪日旅行プロモーションにより旅行先としての日本への関心は引き続き高いものの、カタルーニャ州独立運動デモや日本でのラグビーワールドカップ開催による欧州からの訪日需要増加に伴う航空券の価格高騰の影響もあり、10月の訪日数は伸び悩んだ。

9-10月の主なプロモーション活動

- 2019年8月1日から9月15日まで、スペインの夏休みシーズンにおける旅を念頭に置いて、東北の認知度向上を図る10秒のビデオを作成しGoogleディスプレイ、SNS(Facebook、Instagram)等へのオンライン広告を実施した。
- 2019年9月30日、スペインで知名度の高いファッション雑誌Marie Claire(マリークレア)において、日本でのハネムーンに関する記事を公開した。

参考：<https://www.marie-claire.es/novias/fotos/japon-destino-de-luna-de-miel-unico/5>

- 2019年9月4日から10月4日まで、日本政府観光局(JNTO)とイベリア、日本航空(JAL)、ブリティッシュエアウエイズ、フィンエアーが共同でヨーロッパと日本のルートを運営するキャンペーンを実施。マドリッドからエコノミークラスで往復530ユーロ(税込み)からの航空券を販売し、バルセロナ、ビルバオ、マラガ、バレンシアなどの都市からはマドリッド、ヘルシンキ、フランクフルト、ロンドンなどの他のヨーロッパ主要空港を経由することで安価な訪日旅行を実現した。広告は、マドリッド Callao 駅での大規模屋外広告、TVにおけるCM放送やバルセロナ駅構内デジタルサイネージといったオフライン広告だけでなく、Trip Advisor、Googleディスプレイ、SNS(Facebook、Instagram)等へのオンライン広告も行い、メディアをミックスさせることで認知度向上を図った。



「Marie Claire」掲載のハネムーンについての記事



日本航空、イベリア航空、ブリティッシュエアウエイズ、フィンエアーとの共同広告ビジュアル

【イタリア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日イタリア人数は、前年同月比9.2%増の13,400人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日イタリア人数は、前年同月比2.4%減の14,700人で、8か月ぶりに前年同月を下回った。
- メディアや旅行会社への情報提供等、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーション効果や航空会社との共同キャンペーンによる日本への関心・認知度の高まりに加え、日本への経路便となる航空会社の座席供給量の増加もあり、訪日者数は好調に推移していたが、10月はクルーズによる訪日イタリア人の減少もあり、前年同月を下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 8月29日から10月9日にかけて、JALを窓口とし、ワンワールドの欧州線共同事業4社（JAL・プリティッシュエアウェイズ・フィンエア・イベリア航空）との共同広告を実施した。往復の航空券をキャンペーン価格で提供し、東北や沖縄のモデルコースを紹介する特設サイトの開設、オンライン広告、ラジオ広告等を実施し、訪日需要の喚起を図った。
- 9月22日～29日、イタリアの旅行会社5社5名を東北（山形、秋田、青森）に招請。奥入瀬溪流やなまはげ館、真山伝承館、中尊寺金色堂、狛鼻溪舟下り体験等、秋の東北の自然や伝統を体験し、東北の魅力を訴求した。
- 9月30日～10月7日、イタリアのメディア”Gambero Rosso”を京都・金沢・香川・大阪に招請し、寺社仏閣、豊かな自然、食など、日本ならではの文化や魅力を取材し、メディアを通じて訴求することで、認知度の向上に努めた。
- 10月9日から11日にかけて、 Riminiで開催された BtoB 向け国際観光見本市「TTG Rimini 2019」に出展した。訪日旅行を扱うツアーオペレーター、DMC、ホテルなど20団体が共同出展者として参加し、旅行会社、メディアなどに向けて、訪日旅行の魅力をPRした。



旅行会社招請の様子



メディア招請の様子



TTG Rimini 2019

【ロシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2019年9月の訪日ロシア人数は、前年同月比39%増の10,500人で、9月として過去最高を記録。
- 2019年10月の訪日ロシア人数は、前年同月比32.7%増の14,300人で、10月として過去最高を記録。
- 航空路線の新規就航、大幅な増便、機材大型化による航空座席供給量の増加に加え、航空会社や旅行会社との共同広告・共同セミナーでのPR等の訪日旅行プロモーションの効果もあり、訪日者数は高い伸びを示した。

9-10月の主なプロモーション活動

- ✿ 訪日旅行販売を行うツアーオペレーターの数が増加し、訪日商品への需要が高まってきていることから、さらなる需要を喚起するため、9月にツアーオペレーター4社と共同したセミナーをモスクワ・サンクトペテルブルクにて実施した。セミナーに参加した旅行会社からは合計143名が参加した。



<モスクワでのセミナーの様子>



<サンクトペテルブルグでのセミナーの様子>

- ✿ ウラジオストク市の中心部で年に1回開催される観光イベント Travel Fair に出展し、訪日旅行の魅力を発信した。日本からは和歌山県と日本航空が出展。日本ブースは Travel Fair の真ん中にあり、コスプレ、武道、ピカチュウパレード、キッズゾーン、折り紙等のアクティビティを行った。今回は5回目の実施(日本は4回目出展)、来場者数は約8,200人に登った。



大ステージの懸賞発表



武道ショー



ブース活動

- 10月10日に今年10周年を迎えるロシア商工会議所主催 MICE イベント All Russia MICE DAY に出展し、商談デスク出展とセミナーを行った。250名以上のバイヤー来場があり、商談デスクでは35件の商談を行った。



<ランチセミナーの様子>



<商談会の様子>

- 9月30日～10月3日ロシア極東の3大都市(ウラジオストク、ハバロフスク、ユジノサハリンスク)にて訪日旅行促進セミナー及び商談会を開催した。日本側から、自治体(和歌山県)、旅行会社、宿泊施設、交通会社が参加した。ロシア側バイヤーは合計112人で記録的人数が集まった。



ウラジオストク訪日旅行促進セミナーの様子