

## 【韓国】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日韓国人数は、前年同月比65.1%減の205,000人であった。
- 2019年12月の訪日韓国人数は、前年同月比63.6%減の248,000人であった。
- 一部旅行会社・航空会社では日本旅行商品の広告再開の動きがあるものの、航空便の減便・運休や訪日旅行控える動き、中国やベトナムなど海外渡航先の多様化、韓国経済の低迷など、様々な要因から、訪日者数は11月、12月ともに前年同月を大幅に下回った。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 日韓情勢の影響により延期となっていた航空会社・旅行会社との共同広告を、11月より本格的に再開した。訪日旅行商品の共同販促に加え、「100 EXPERIENCES in JAPAN(2019年6月JNTO発行)」掲載の観光コンテンツを組み込んだ訪日旅行商品を開発するなど、幅広く取り組んでいる。JNTOソウル事務所では、積極的なプロモーションを通じて、韓国旅行業界に残る広告自粛ムード払拭を図っている。



(100 EXPERIENCES in JAPAN)



(各社との共同広告実施例)

- 日本に居住経験のある韓国人インフルエンサーを「ジャパントラベルパートナー」に任命し、情報発信を行った。居住経験があるからこそ見える日本の魅力を、韓国人ならではの共感値の高い切り口で紹介する動画を制作し、YouTubeにて公開、JNTOの各種SNSにて拡散を行った。



(ジャパントラベルパートナー 投稿動画)

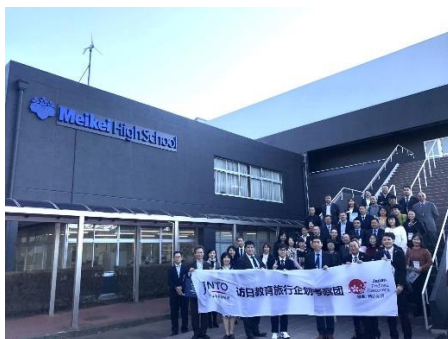
## 【中国】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日中国人数は、前年同月比 11.4%増の750,900人で、11月として過去最高を記録した。
- 2019年12月の訪日中国人数は、前年同月比 18.5%増の710,200人で、12月として過去最高を記録した。
- 夏ダイヤと比較して200便以上となる大幅な増便や、新規就航により航空座席供給量が増加したことに加え、1月から開始した個人査証の発給要件緩和の効果もあり、訪日者数は好調な伸びを記録した。

### 11-12月の主なプロモーション活動

【日本】11月11日(月)～16日(土)に中国の教育関係者と旅行会社の教育旅行担当者、合計36人を招請し、茨城県と栃木県内にて筑波宇宙センター、合気道神社、日光東照宮等を視察。茨城県ではセミナーも開催し、訪日教育旅行における多様な受け入れ先をPRした。



【北京】11月29日(金)に西安において西安市・延安市の教育旅行に関心の高い22校の先生を招き、教育旅行セミナーを開催した。在中国日本国大使館から日本の教育制度や修学旅行の意義についての説明や、静岡県、沖縄県から体験学習や文化交流の事例、観光資源の紹介等を行い、訪日教育旅行の魅力をもPRした。



【広州】12月19日(木)に市内のホテルにて、訪日観光促進セミナー及びJNTO 広州事務所開所式を開催。セミナーでは、新事務所の管轄地域から集まった旅行会社や航空会社等業界関係者を対象に、日本全国から収集した50の体験型コンテンツをまとめたパンフレット「新日本 心体験」を発表し、新しい旅行スタイルを提案した。また、これに続く開所式は、観光庁・田端長官や中国文化旅游部・張西龍巡視員をはじめ、日中の観光行政の要人を招き、盛会のうちに終了した。





## 【台湾】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日台湾人数は、前年同月比11.4%増の392,100人で11月として過去最高を記録した。
- 2019年12月の訪日台湾人数は、前年同月比3.7%増の348,300人で12月として過去最高を記録した。
- 11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、円安傾向にあること、昨年は台風21号(関空閉鎖等)や北海道地震等の影響により訪日需要が抑えられていたこと等もあり、訪日者数は前年同月に比べ2桁の伸びを記録した。12月は、昨年は連休となった年末年始が連休にならなかったことに加え、遠東航空による運行停止があったものの、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や円安傾向により、12月として過去最高を記録した。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 台湾で人気のプロガーを今年度の重点地域である四国(愛媛・高知)に招請し、作成した旅行記事を11/15に公開した。記事内では自然、食、アクティビティ等の様々な魅力を発信し、訪日意欲を促進した。  
12/1は台中において、2人のインフルエンサーによる一般消費者向けイベントを開催した。日本のウインターシーズンの魅力を、「イルミネーション」「初詣」「福袋」「イチゴ」等の観点から発信した。



旅行記事トップ画面



イベント参加募集画面

- 11/16-17(台北6回目)、23-24(高雄1回目)で2011年の東日本大震災時における台湾からの支援に感謝の意を表す「日本東北遊楽日」イベントを開催。東北6県及び地元企業がブース出展し、約28万人の来場者があった。台湾現地企業とのタイアップ商品開発で来場者の共感を高め、花笠踊りや東北の物産や航空券等が当たる抽選会、より理解を深めるクイズ大会等を実施する等東北地方の観光PRを行った。



台北会場オープニングセレモニー



福島県二本松市 和太鼓パフォーマンス



世界貿易センター3号館 会場の様子

# 【香港】

## 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日香港人数は、前年同月比 19.4%増の 199,700 人で、11 月として過去最高を記録した。
- 2019 年 12 月の訪日香港人数は、前年同月比 19.2%増の 249,600 人で、12 月として過去最高を記録した。
- 11 月は、紅葉鑑賞を目的とした訪日需要が高まる時期であることに加え、新規就航、航空券や訪日ツアー商品の価格の下落があったこともあり、訪日者数は前年同月を上回った。12 月は、前月に続く航空券等の下落に加え、クリスマス休暇による訪日需要の高まりにより、好調な伸びを記録した。

## 11-12 月の主なプロモーション活動

- 香港で広く読まれている紙媒体を活用して旅行会社との共同広告を実施した。12 月に就航した徳島便を利用した旅行商品や、冬季の人気旅行先である北海道、東北の旅行商品について周知し、販売促進を図った。



旅行雑誌「U Travel」での広告掲出



新聞「am730」での広告掲出

- 10 月末より香港の航空会社であるキャセイドラゴン航空が新潟に新規就航したことを契機として、JNTO 香港事務所の公式サイトおよび Facebook にてキャンペーンを実施した。家族旅行をテーマに、自然やアクティビティ、体験などを紹介し、アンケートに答えて応募すると、抽選で香港—新潟間の往復航空券があたるキャンペーンを実施。これにより、新潟県及び周辺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



家族で楽しめる観光コンテンツを紹介



## 【タイ】

### 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日タイ人数は、前年同月比 36.3%増の 140,300 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日タイ人数は、前年同月比 28.5%増の 164,900 人で、単月として過去最高を記録。
- 日本の地方都市を着地とする航空路線や格安航空会社の新規就航、増便等による航空座席供給量の拡大に加え、継続的な訪日プロモーションの効果もあり、訪日者数はそれぞれの月で過去最高を記録し、12 月は年間最大の旅行シーズンであるソンクラーン(タイ正月)休暇のある 4 月と同水準となった。訪日者数は、2019 計で初めて 130 万人を突破し、前年比 16.5%増加となった。

### 11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 8 日～10 日にかけて、バンコクにて JNTO の主催による訪日旅行フェア「Visit Japan FIT Fair 2019(第 13 回 FIT フェア)」を開催し、約 5.6 万人が来場した。同フェアでは、日本側からインバウンド関係団体・企業が 59 団体、タイ側から航空会社、旅行会社等 39 団体が出展し、訪日旅行に関する PR や商品販売を行った。また、タイの有名人や出展者によるステージ、訪日航空商品の購入者へのギブアウェイキャンペーン、訪日航空券の当たる抽選会、訪日旅行相談コーナー、全国各地のスノーアクティビティ紹介コーナー等を実施し、冬季の訪日旅行促進を図った。



- 12 月 11 日～15 日にかけて、タイ人のタレント Golf-Pichaya 氏と Four-Sakolrat 氏を宮城、山形、福島 の 3 県に招請し、動画撮影を行った。仙台市、肘折温泉、加茂水族館、鶴岡市、米沢市、郡山市、東山温泉、白石城等を訪れた。行程中では、こけし作り、そば打ち、スノーシュー、和太鼓等の地域ならではの体験型アクティビティも収録し、今後のプロモーションに活用する予定。



## 【シンガポール】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日シンガポール人数は、前年同月比20.3%増の65,300人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日シンガポール人数は、前年同月比15.3%増の100,400人で、単月として過去最高を記録。

11月は前年同月比20.3%増の65,300人、12月は前年同月比15.3%増の100,400人で、それぞれの月で過去最高、12月においてはシンガポール市場として初めて単月10万人を記録した。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に加え、11月16日から12月いっぱいを実施されたスクールホリデー時期の取り込みができ、好調な伸びとなった。

### 11-12月の主なプロモーション活動

・10月27日～11月2日及び11月10日～16日において、東北の魅力を訴求するべく、合計2名のインフルエンサーの招請を行った。それぞれのインフルエンサーが東北地方の各地を訪問し、地域ならではの食や観光施設の魅力を発信した。また、12月14日に、シンガポールで開催されたEAST JAPAN RAILWAY COMPANYが主催するイベントにて、両名によるセミナーを2回実施。インフルエンサーによるプレゼン、東北地方に関するクイズを実施したほか、同イベント内で東北の情報を発信するカウンターを設け、招請中に撮影した動画の放映やパンフレット配付を行った。



イベント会場の様子



イベントでのセミナーの様子

・11月18日から12月3日にかけて、地方への送客を促進すべく航空会社との共同広告を実施した。ANAと連携したオンライン広告において、北陸地方の魅力と共に国内移動を含めたフライト情報を併せて訴求することで、訪日意欲の喚起を行った。

・11月25日から、Expediaとの共同広告として、地方の新たな魅力を訴求するオンラインキャンペーンを実施している。同キャンペーンでは、JNTOシンガポール事務所が管理・運営するWebサイト上で、酒蔵や温泉等のテーマによる日本各地のスポットを紹介する特設ページを製作し、Facebook等で広告を実施、当該ページへの誘引を行った。また、当該ページからExpedia上で制作した各地の観光情報を含む特設ページへのリンクを設けることで、興味を持った消費者が航空券等の購入の検討をしやすい導線を整備するなど、情報発信を行った。



## 【マレーシア】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日マレーシア人数は、前年同月比17.1%増の65,000人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日マレーシア人数は、前年同月比15.8%増の78,300人で、単月として過去最高を記録。

11月は後半から学校休暇が始まり旅行需要が高まる中で、クアラルンプール-成田線の新規就航等による航空座席供給数の増加もあり、訪日者数は前年同月を上回った。12月も成田線の新規就航等による航空座席供給数の増加に加え、年末は北海道や四国へのチャーターもあり、訪日者数は前年同月を上回った。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- JNTO主催「Japan Travel Fair 2019 Winter」が11月22日(金)～24日(日)、クアラルンプール郊外のショッピングモール(Starling Mall)で開催され、日本出展者11団体、マレーシア旅行会社10社が出展した。冬を感じる「雪」と春を感じる「花」とともに、伝統的な「風車」をモチーフとしたデザインで日本の季節の移り変わりを表現。ステージ上では和太鼓のパフォーマンスや甲冑の着付けなど、日本文化を紹介するイベントが各種行われ、入場数は34,608人を記録するなど、会場は大いに盛り上がった。
- また、Japan Travel Fairに合わせて11月25日にクアラルンプール、26日にコタキナバルでBtoBセミナー&商談会が開催された。日本側参加団体によるプレゼンテーションや商談会が実施され、各テーブルでは熱心な商談が行われた。



Japan Travel Fairの様子



セミナー&商談会(クアラルンプール)

# 【インドネシア】

## 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 15.9%増の 37,200 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 9.7%増の 59,200 人で、単月として過去最高を記録。
- 7 月から開催された多くの旅行博で秋・冬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に加え、日本への経由便となる航空会社との共同プロモーションの効果もあり、12 月の訪日者数は単月として過去最高を記録した。

## 11-12 月の主なプロモーション活動

- “Warna-Warni Jepang” (カラフルジャパン)というキャッチコピーのもと、再訪日需要(リピーター化)促進を目的に、色と季節を関連させた特設サイトを公開している。本キャンペーンの一環として、9 月 19 日から 11 月 6 日まで、参加者が好みの季節に訪れたい観光地等を Instagram に投稿することで、 destinations の情報発信を図るキャンペーンを実施した。これにより、約 4,000 人の参加を得るとともに、Instagram は 4,300 人のフォロワーを獲得した。

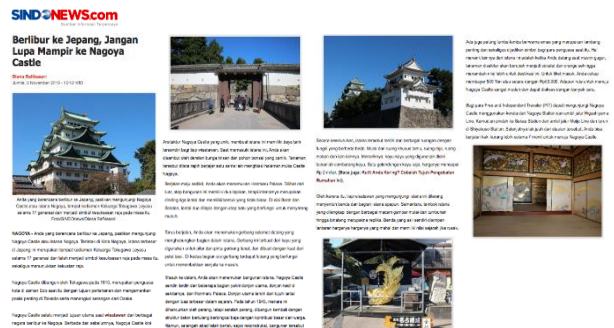


＜入賞した投稿＞

- ガルーダインドネシア航空のジャカルター中部線の新規就航(2019 年 3 月)に伴う中部地方への訪日旅行促進及び認知度向上のため、11 月 5 日～10 日の日程で、ブロガー 1 名及びメディア 4 名を中部地方へ招請した。招請中及び招請後において、SNS を含む各メディア媒体で観光情報発信を行った。



＜招請の様子＞



＜掲載記事＞



## 【フィリピン】

### 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 38.0%増の 64,800 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 46.4%増の 81,500 人で、単月として過去最高を記録。
- 11 月に実施した訪日プロモーション事業(Japan Fiesta 2019)に加え、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。12 月度の訪日旅行者数は、訪日最大需要時期である 4 月のホーリーティークシーズンを上回り、過去最大の訪日者数に達するという結果となった。

### 11-12 月の主なプロモーション活動

- 2019 年 11 月 9 日(土)～10 日(日)までフィリピンのマニラで Japan Fiesta 2019 を開催した。在フィリピン日本国大使館との連携を行い、開会式では羽田大使、Bernadette Romulo-Puyat フィリピン観光大臣、フィリピン旅行業協会役員、清水マニラ日本人会会長と共に、JNTO マニラ事務所長が登壇し、鏡開きを行った。会場が富裕層の多いエリアだったため訪日リピーター層などが集まり、旅行会社による訪日商品販売も好調だった。



VJ カウンター



会場の様子

- フィリピンの公式 Facebook サイトでは山口県の笠山椿群生林や福島県の大内宿の投稿のリアクションが高く、地方ならではの自然風景に高い関心が寄せられた。



フィリピン市場公式 Facebook サイトでの情報発信

## 【ベトナム】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日ベトナム人数は、前年同月比23.3%増の41,900人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日ベトナム人数は、前年同月比25.6%増の30,600人で、12月として過去最高を記録。
- VJ事業による訪日セミナー及び商談会の実施やイベント開催、訪日旅行商品の販売促進等の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等の販売が好調だったことに加え、新規就航、増便やチャーター便就航による航空座席供給量の増加もあり、11月・12月ともに訪日者数は前年同月を上回った。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 11月27日、28日に中部国際空港で開催された東南アジア商談会に旅行会社10社が参加し、その後の招請旅行にて、美濃市、白川郷、高山市、奥飛騨、下呂市、名古屋市等の中部エリアを視察した。今後、直行便のある中部国際空港を拠点としたツアー造成が期待される。



新穂高ロープウェー(奥飛騨)



下呂温泉(下呂市)

- 12月15日から旅行会社と連携したオンライン中心の訪日旅行促進キャンペーンを開始した。特設サイトを經由した訪日旅行商品を購入した方に対して、ギブアウェイプレゼントなどを行い、冬の訪日旅行促進を実施している。
- 12月21日、22日にホーチミンのイオンモール ビンタンにて、JNTO 主催の一般消費者向けイベント「Japan Travel Fair 2019 in Ho Chi Minh City」を開催し、約33,000人が来場した。会場では、ビジット・ジャパン(VJ)ブースや共同出展ブース、日本文化の体験コーナー、パフォーマンス等により、来場者に対し日本の認知度向上及び訪日旅行喚起を行った。また、現地旅行会社による訪日旅行即売会も同時に実施した。



JTF オープニングセレモニー



日本の伝統文化ショー



JTF イベント告知チラシ



## 【インド】

### 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日インド人数は、前年同月比 12.3%増の 14,900 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日インド人数は、前年同月比 13.9%増の 11,700 人で、12 月として過去最高を記録。

11 月、12 月は旅行会社や航空会社との共同広告や紅葉・雪等をテーマとした旅行雑誌への広告掲載による情報発信等、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションの効果もあり、紅葉鑑賞を目的とした団体旅行やクリスマス時期の FIT や団体旅行が複数催行されたことに加え、インセンティブ旅行を目的とした渡航の増加もあり、訪日者数は前年同月に比べ 2 桁の伸びを記録した。

### 11-12 月の主なプロモーション活動

- 12 月 14 日(土)にチェンナイにおいて「Chennai Japan Expo(チェンナイ総領事館主催イベント)」に現地旅行会社 2 社と共にブース出展し、訪日観光を PR した。当日はブースに 300 名を超える来場者があつた。また、同日、一般を対象とした訪日旅行セミナーも実施し、出席者がプレゼン画像を携帯で撮影するなど関心の高さがうかがえた。同イベントでは、盆栽、ひな人形、五月人形、浴衣等を展示し日本文化を紹介しているが、JNTOとしては初参加。



- 新たな旅行目的地としての日本の認知度を高め、インドからの訪日旅行者数の増加と旅行消費の拡大促進を図る事を目的として、四季の日本の魅力を訴求する 30 秒のクリエイティブ動画を制作し、デリーの中間上位層～富裕層が訪れる高級ショッピングモール(DFL Promenade Mall Vasant Kunji)及びインド全土の TVCM(ニュースチャンネル)で放映した。



TVCM・クリエイティブイメージ



## 【豪州】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日豪州人数は、前年同月比21.2%増の48,300人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日豪州人数は、前年同月比14.3%増の72,700人で、12月として過去最高を記録。
- 9月1日からの全日空パースー成田間直行便、12月16日から3月28日までのカンタス航空のシドニーー新千歳間季節便といった航空便の新規就航、ラグビーワールドカップを契機とした日本のメディアへの露出機会の増加などによる訪日旅行機運の高まりにより、11月、12月ともに各月として過去最高を記録した。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 豪州からの訪日教育旅行の一層の拡大を目的として、11月12日にキャンベラ、11月14日にメルボルンにて、訪日教育旅行を催行する可能性のある学校の教員を対象とした「訪日教育旅行セミナー」を、現地旅行会社との共催で実施した。JNTO、現地旅行会社、日本側出展者からのプレゼンテーションに加えて、ネットワーキングの時間には活発な情報交換が行われた。
- 12月5日(木)にブリスベン、12月9日(月)にシドニーにて、現地旅行会社を対象としたセミナー・商談会「Japan Roadshow」を開催。ブリスベンでは、日本側出展者40団体・現地側参加者133人、シドニーでは日本側出展者53団体・現地側参加者186人と、いずれもこの時期の開催としては過去最大規模となった。セミナーでは、ソフトボールのオーストラリア代表選手経験があり、現在は日本のSGホールディングスで活躍しているステイシー・ポーター選手に、日本の魅力を紹介いただいた。また、シドニー会場では、日本側出展者の方にご協力いただき、日本酒の紹介を兼ねた日本酒試飲コーナーを設置し、現地側参加者から好評を得た。
- 12月7日(土)、シドニーのタンパロンパークにて開催された、一般消費者向けの日本関連イベント「Matsuri Japan Festival」に出展し、訪日観光に関する情報提供を行った。今回は山火事の影響が懸念される中での開催だったが、主催者発表によると約3万人の来場者で大いに賑わい、JNTOブースには約3,000人が来訪した。



(左)教育旅行セミナー (中央)Japan Roadshow での訪日セミナー (右)Matsuri Japan Festival の JNTO ブース



## 【米国】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日米国人数は、前年同月比17.3%増の149,000人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日米国人数は、前年同月比13.9%増の144,500人で、12月として過去最高を記録。
- メディアへの情報提供等、継続的な支援による日本関連記事の露出機会の増加に加え、訪日クルーズ需要が堅調に推移していることもあり、訪日者数は前年同月に比べと同様に好調な伸びを記録した。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- JNTO ニューヨーク事務所は、米国、カナダを中心に1,100名以上の会員を有する米州最大の全米旅行記者協会「Society of American Travel Writers (SATW)」フリーランス部会の会議「Freelance Council Meeting」を東北地方に誘致した。12月4日から12日に渡る招請期間中は、参加者40名が3グループに分かれて東北6県を周遊する視察・取材旅行を実施。東北地域に根付く日本の伝統文化や自然の豊かさは、参加者からも高い関心が寄せられ、今後多くの記事露出が期待できる有意義な取材旅行となった。米国内においても、大手有力媒体の旅行先ランキングで東北地方が上位に選出されるなど、当地メディアの関心も高まりを見せていることから、今後も参加者の丁寧なフォローアップを継続することで、様々なメディア媒体に東北の地域・コンテンツの露出が図れるよう取り組んでいきたい。
- JNTO ロサンゼルス事務所は、11月21日(金)から11月24日(日)にワシントンD.C.で開催された「2019 ACTFL Annual Convention and World Languages Expo」に出展した。ACTFLは全米で英語以外の外国語を教える教員が一同に集まり、会期中に開催されるセミナーや展示会を通じて第2言語の指導の方法等について情報共有・意見交換を行う場となっている。JNTOは、教育旅行を取り扱う旅行会社や教員が使用する教材のサプライヤーである出版社などが出展して来場者に情報提供を行うとともに、ネットワークを構築する場ともなっている展示会に参加した。今年度は、共同出展者の皆様とともに朝食セミナーを開催し、日本の教育旅行に関する情報のアップデートを行った。セミナーには43名の教員にご参加いただき、日本の教育旅行に関する情報が少ない中で、このようなセミナーや出展を行っていただき大変役に立つというご意見を多くいただいた。今後も、訪日教育旅行における需要を掴めるよう継続的に取り組んでいきたい。



オープニングセレモニーの様子 (SATW)



JNTO ブースの様子 (ACTFL)

# 【カナダ】

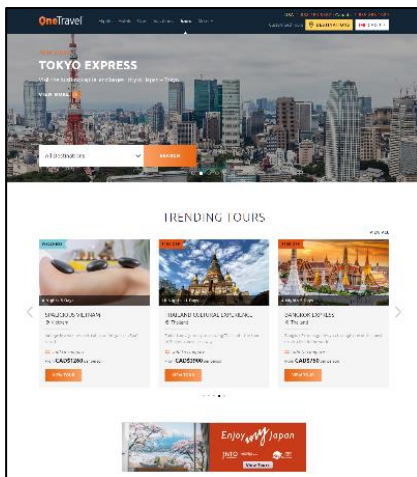
## 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 20.5%増の 33,300 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 24.8%増の 35,100 人で、12 月として過去最高を記録。
- 紅葉鑑賞を目的とした訪日需要、モントリオール-成田線の機材大型化による航空座席供給の増加や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。

## 11-12 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、訪日旅行商品を扱う旅行会社、および航空会社との共同広告を実施した。



オンライン旅行会社との共同広告



航空会社とのバナー広告

### ● 【メディア向けプレスリリース及びニュースレターの発信】

メディア向けに「TOKYO AND BEYOND 2020 -A Comprehensive Travel Guide for the Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games-」サイト開設のリリースを送信した。また、冬の日本の魅力をメディア向けに発信した。



メディア向けプレスリリース



メディア向けニュースリリース





## 【英国】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日英国人数は、前年同月比37.5%増の37,700人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日英国人数、前年同月比21.0%増の27,700人で、12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契機とした訪日需要の高まりやロンドン-関西線の就航、ロンドン-ヘルシンキ線増便と大型化、ならびにヘルシンキ-札幌線の新規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。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 11月5日～7日にかけてロンドンでWorld Travel Market(WTM)が開催され、過去最多の共同出展者33団体と共にVJブースを出展した。今年は場所の良さから人通りが例年以上に多く、カウンターでの問い合わせ等も多くなり、各テーブルでは活発に商談が行われた。また、同じタイミングで大使館と連携したネットワーキングイベント「Visit Japan Night」も開催し、「日本の冬の魅力」をテーマとし、現地の旅行会社やメディア等100名以上のゲストが集まり大いに盛り上がった。
- OTA及び航空会社との共同広告を実施し、英国からの訪日旅行促進を図った。10月18日から12月12日にはExperiaとの共同広告を実施し、同サイト内に日本特設ページを作成し訪日旅行を広告宣伝。12月20日からはANA含むスターアライアンスとデジタルメディアを中心とした共同広告を実施中で、Enjoy my Japan動画をコンテンツに使用した広告宣伝を1月31日まで実施していく。
- 近年増加している英国からのクルーズ訪日客の開拓を目的に、12月9日から14日までクルーズ会社及びクルーズを取り扱う旅行会社の商品企画・販売員11名を対象にした招請を実施した。初訪日の方が多く、東京・横浜・大阪・神戸などの寄港地及び周辺のエクスカージョンを視察いただき、港から観光地までのアクセスや近郊でのアクティビティを体験いただいた。



WTM会場の日本ブース



「Visit Japan Night」イベントの様子



クルーズ会社招請・嵐山での人力車体験



クルーズ会社招請・横浜新港視察様子

# 【フランス】

## 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日フランス人数は、前年同月比10.2%増の24,300人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日フランス人数は、前年同月比14.5%増の20,300人で、12月として過去最高を記録。
- フランス国内における日本関連イベントの開催など、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よりメディア等での日本の露出が増えたことに加え、増便による航空座席供給量の増加もあり、訪日者数は各月単月として過去最高を記録し、2019年累計で、2018年計を上回り、過去最高の336,400人(推計)となった。

## 11-12月の主なプロモーション活動

- 11月9日～11日にかけてコルマルで行われたBtoC見本市「SITV Colmar」に、共同出展者14団体と共に出演、一般来場者に訪日旅行の魅力をPRした。今回は「日本・東京」が名誉招待地に選ばれ、見本市会場内には日本民謡や踊りなどを披露する特設ステージ、日本を紹介する立体展示、日本酒や伝統工芸品ブースなどが設置され、訪日旅行需要を喚起した。全体来場者数は27,000人(前年比24%増)、VJブース来場者数は3,664人(前年比85%増)となり、例年以上の盛り上がりを見せた。
- 11月に、ミレニアルズ向けの情報サイト「Konbini」のライターを瀬戸内海に招請し、小豆島、真鍋島、尾道、神勝寺等を視察した。取材内容は、「Konbini」のウェブサイトやSNS(Facebook フォロワー数約416万人)にアップされた。12月17日時点でのトータルリーチ数は11万人。
- 業界誌L'Echo Touristiqueの2019年11月号にて、日本特集が7ページに渡り掲載された。昨年JNTOにて実施した招請の成果として、山陰山陽が掲載された。



旅行博 SITV Colmar の様子



瀬戸内メディア招請の様子



L'Echo Touristique 日本特集



# 【ドイツ】

## 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 5.2%増の 19,500 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 9.1%増の 13,600 人で、12 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、訪日者数は堅実な伸びとなった。

## 11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 6 日～17 日と 12 月 8 日～16 日に、ドイツ人インフルエンサー 3 名を日本へ招請し、東京、富士山や京都などのゴールデンルートに加え、信州や九州などを訪問した。主にアウトドアやアドベンチャーをテーマにそれぞれの視点から、Instagram や Facebook での発信を行い、訪日旅行の魅力を広く PR した。



<Instagram への投稿>

- ドイツ人観光客に向けた東北の情報発信強化の一環として、東北の観光資源及びモデルコース等を紹介したドイツ語のミニガイドを 12 月に発行した。電子媒体版についても、JNTO サイトからダウンロードが可能であり、東北観光の PR に貢献することが期待される。



<東北ミニガイド>

○電子媒体ダウンロードURL

<https://partners-pamph.jnto.go.jp/simg/pamph/1056.pdf>

## 【スペイン】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日スペイン人数は、前年同月比18.8%増の10,500人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日スペイン人数は、前年同月比21.9%増の7,300人で、12月として過去最高を記録。
- 各種プロモーションにより、旅行先としての日本の認知度が高まっていることに加え、「バルセロナを中心とした独立運動デモ」の勢いがおさまってきたこと、「ラグビーワールドカップ」が終了し訪日航空便や旅行商品の価格が落ち着いてきたこと、フィンエアーの新千歳便就航による航空便の利便性が向上したこと等から増加したものと考えられる。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 2019年10月27日から11月4日、スペインのアウトドア専門誌の記者とカメラマン各1名を山梨県、長野県へ招請。登山、サイクリング、ラフティング等上級者向けのアクティビティを体験いただいた。参加者からはアウトドア好きのスペイン人にも満足できる内容であると高評価であった。
- 2019年11月11日から18日まで、京都・広島と組み合わせて山陰地方を周るルートの認知度向上を目的として、スペインの旅行会社4社4名を京都・広島・島根・山口に招請。岩見神楽のお面作りや衣装の制作体験、和紙作り体験など、山陰地方ならではの文化や魅力に触れていただいた。参加者からは招請先を含んだ旅行商品造成に向けて前向きなコメントを多数いただいた。
- 2019年11月18日、バルセロナにてJNTO マドリード事務所及びCEAV(スペイン旅行会社連盟)の旅行業界向け連携セミナー及びネットワーキングを開催。現地の旅行会社関係者や観光団体の関係者等約40人が出席し活発な意見交換が行われた。



岩見神楽のお面工房にて制作したお面を被る招請者



山梨県早川でのラフティング体験と撮影の様子



## 【イタリア】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2019年11月の訪日イタリア人数は、前年同月比6.7%増の12,400人で、11月として過去最高を記録。
- 2019年12月の訪日イタリア人数は、前年同月比25.3%増の11,200人で、12月として過去最高を記録。
- 継続的に展開してきた訪日旅行プロモーション効果による日本への関心の高まりに加え、日本への経路便となる航空会社の新規就航の開始や座席供給量の増加もあり、訪日者数は前年同月を上回った。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- 10月31日～11月2日にかけてイタリア国内最大のポップカルチャーイベントであるルッカ・コミックスにブースを出展し、訪日にかかわる資料配布を行うことで様々な地方のデスティネーションを広く紹介したほか、SNSパネルやインスタントカメラでの写真撮影やお面づくりや書道のデモンストレーションなどの文化体験も実施した。今年はイタリアの有名なアニメソングシンガー・ジョルジョ・ヴァンニ氏との連携により、同氏のファン向けにInstagram上やイベント当日に訪日旅行をPRした。
- 11月20日、21日に北イタリアの都市トリノ及びヴェローナでイタリアの旅行会社を対象に訪日促進セミナー、BtoB商談会を行うロードショーを実施し、訪日旅行商品の販売を促した。
- 11月27日にトリノにおいてLonely PlanetのBest in TravelのBtoCイベントに参加した。Best in regionの3位に東北地方が選ばれたことで、東北地方を含む訪日PRブースを出展し、和食も合わせて旅行先としての日本の魅力をPRした。
- 11月29日～12月8日にかけて大韓航空と連携して、ツアーオペレーター6社を大阪、福井、加賀、金沢、東京に招請した。韓国でのストップオーバーを含めた行程とし、新しい訪日旅行のルートを訴求した。6社中4社は初訪日であり、皆熱心に視察をされ、新たな商品造成が期待できる。
- 12月5日にフードライターや食関係のジャーナリスト15名を招待し、日本の料理家によるショーッキングをミラノで実施した。日本の料理家による指導のもと、日本のお弁当作りを実践し、ネットワーキングを図るとともに、訪日の魅力をPRした。今年度イタリア市場で日本の「食」を通じた訪日PRの強化に取り組んでいる中、新たに多くの露出が期待できる。
- 12月11日にはコスタクルーズとの連携により旅行会社やメディア、コスタクルーズのファンクラブ会員を対象としたBtoB、BtoC向けのイベントをミラノで開催し、日本周遊をPRするプレゼンテーションを行い、訪日促進を訴求した。



ルッカ・コミックスの訪日ブース



大韓航空と連携したツアーオペレーター招請



ジャーナリストとお弁当作り

## 【ロシア】

### 11-12 月の市場動向トピックス

- 2019 年 11 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 41.3%増の 13,100 人で、11 月として過去最高を記録。
- 2019 年 12 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 39.8%増の 8,800 人で、12 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。

### 11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 6 日及び 8 日に、モスクワ・ペテルブルグ 2 都市にてラグジュアリー商談会を開催した。宿泊施設・バンケット施設・航空会社・自治体・DMC など計 15 団体の参加があり、前半は自治体とエアラインによるセミナー、後半は商談会を実施。商談会はプレマッチングも含め、計 478 件の商談件数となった。



<セミナーの様子>



<商談会の様子>

- 11 月 28 日、読者投票による 2019 年のナショナルジオグラフィックトラベラーロシア 2019 アワードのセレモニーが開催され、2019 年のデスティネーションアワード、「エキゾチックデスティネーション部門」において、3 位韓国・2 位ブラジルを押さえ日本が選出され、表彰式が行われた。



<受賞の様子>



<投票サイト>