

## 【韓国】

### 1-2月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日韓国人数は、前年同月比59.4%減の316,800人であった。
- 2020年2月の訪日韓国人数は、前年同月比79.9%減の143,900人であった。
- 昨年より継続する訪日不買の動きや新型コロナウイルス感染症が流行したことに伴う、航空路線の運休・減便により座席供給量が減少したため、訪日者数は1月、2月ともに前年同月を大幅に下回った。

### 1-2月の主なプロモーション活動

- 東北地方のスキー需要拡大および商品造成の促進を図るべく、ファムツアーを実施。韓国の旅行会社およびスキー等のアウトドアを専門とするメディア・ブロッガーを招請し、青森と岩手のスキー場の視察を行った。雪質やゲレンデの整備状況、自然環境に加え、温泉・ホテル等の周辺施設等、総合的に高い評価が得られた。

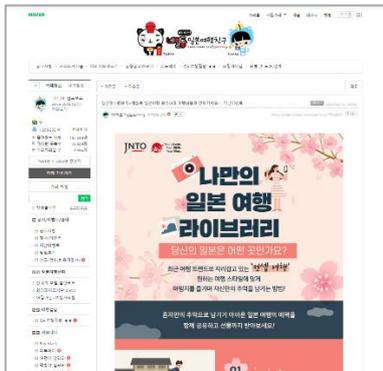


(ファムツアーの様子)



(掲載記事例)

- 韓国最大の日本旅行コミュニティサイト「ネイルドン」にて、【あなたが経験した、最高の日本旅行は？】と題して、投稿キャンペーンを実施。自然、温泉、グルメ、アート、キャラクター等の様々な写真と旅の思い出が投稿された。穴場スポットや新たな旅行地の情報をユーザー同士が共有することによりコミュニケーションを増加させるとともに、日本旅行のインサイト把握にも役立てた。



(ネイルドンキャンペーンページ)



(投稿写真例)

## 【中国】

### 1-2月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日中国人数は、前年同月比22.6%増の924,800人であった。
- 2020年2月の訪日中国人数は、前年同月比87.9%減の87,200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症が流行し、1月27日からは中国政府の通達により団体ツアー及び航空券とホテルのパッケージ商品の販売が禁止されていること、一時運休・減便による航空座席供給量の大幅な減少、クルーズ船の運航停止もあり、訪日中国人数は前年を大幅に下回った。

### 1-2月の主なプロモーション活動

【北京】1月9日(木)～14日(火)に北海道地方、1月12日(日)～17日(金)に東北地方へ中国で人気のインフルエンサーを各コースに4名ずつ招請し、日本のスノーリゾートの魅力をSNS等を通じて広くPRした。



【北京】1月7日(火)に済南～羽田に新規就航した山東航空と共同広告を実施した。済南から東京への唯一の直行便となる当路線をオンラインでのバナー広告を中心にプロモーションを行った。



【上海】1月11日(土)～12日(日)、蘇州イオンモールで開催された第6回蘇州ジャパンブランドにVJブースを出展した。子供連れの家族層が多く来場し、現地旅行会社カウンターでの問い合わせや着物試着・撮影体験などを通じて訪日への意欲を喚起した。



## 【台湾】

### 1-2月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日台湾人数は、前年同月比19.0%増の461,200人で1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日台湾人数は、前年同月比44.9%減の220,400人であった。
- 1月は、1月11日の総統選実施前までは海外旅行需要が抑えられていたものの、昨年は2月であった春節が今年1月となり訪日需要増の時期が前倒しになったことに加え、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もあり、2桁の伸びを記録した。2月は、春節が1月になったことによる反動減に加え、新型コロナウイルス感染症の流行のため、一時運休・減便による航空座席供給量の減少やクルーズの運航停止、2月22日に日本への渡航警戒レベルが引き上げられたことを受け、キャンセルや延期等訪日旅行を控える動きが加速したこともあり、訪日者数は前年同月を大きく下回った。

### 1-2月の主なプロモーション活動

- エアアジア(1/1-2/17)、マリンドエア(1/10-31)、タイガーエア台湾(1/15-3/9)、チャイナエアライン(2/1-29)、スクート(2/3-7)、エバー航空(2/10-29)と、航空券を販促する共同広告を実施した。台北 MRT での屋外広告のほかに新聞への掲載や、オンラインでのバナー広告を中心に宣伝し、北海道・名古屋・大阪・高松・福岡・沖縄などの就航先エリアの魅力を発信した。



エアアジアの広告



チャイナエアラインの広告



エバー航空の広告

- 9/20に実施した訪日旅行商品コンテストの上位2社である汎佳旅行社及び利百加旅行社と、受賞商品の共同広告を実施した。1/1-2/27は汎佳旅行社と千葉の旅行商品について、1/10-2/29は利百加旅行社と九州の旅行商品について、MRTでの屋外広告やオンライン広告などで宣伝し、対象地域の魅力を発信し送客数を高めた。



汎佳旅行社の広告



利百加旅行社の広告

## 【香港】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日香港人数は、前年同月比42.2%増の219,400人で、1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日香港人数は、前年同月比35.5%減の115,600人であった。
- 1月は、航空券や訪日ツアー商品の価格が下落する中で、旧正月休暇の期ずれに伴い訪日需要増の時期が前倒しとなったこと、旧正月休暇に伴うチャーター便の運航があったこともあり、訪日者数は前年同月を大幅に上回った。一方2月は、新型コロナウイルス感染症が流行した為、一時運休・減便により航空座席供給量が減少したことに加え、訪日旅行のキャンセルや延期等訪日旅行を控える動きや旅行意欲の減退が生じたこともあり、訪日者数は前年同月を大きく下回った。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 1月11日、現地にて一般消費者を対象とした東北セミナーを実施した。東北地域のグルメや芸術などをメインテーマとし、当該地域への渡航経験を有するインフルエンサーに講演いただき、自身の体験を基に東北旅行の楽しみ方を紹介いただいた。また当日は、参加者に東北産の食材を使ったグルメも体験してもらうことで、更なる旅行意欲拡大を図った。



ゲストスピーカーによる講演



東北地域の食材を使った軽食を提供

- 親子旅行をテーマに、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。自然や食、アクティビティなどを紹介し、アンケートに答えて応募すると、抽選で香港ー北海道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、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



親子で楽しめる体験コンテンツも紹介



## 【タイ】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日タイ人数は、前年同月比 21.4%増の 112,500 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日タイ人数は、前年同月比 9.1%減の 98,000 人。
- 新規就航、増便による航空座席供給量の増加に加え、旅行博への出展等訪日旅行プロモーションの効果もあり、1 月までの訪日者数の前年同月比は好調な伸びを記録していたものの、2 月は新型コロナウイルス感染症の影響により訪日客数が減少した。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 2020 年 1 月 16 日(木)から 19 日(日)にかけて、Impact Muang Thong Thani(ノンタブリ県)で開催された「第 26 回 TITF」に出展し、日本側共同出展者 42 団体と共に訪日観光の誘致を実施した。JNTO ブースでは、タイ語による観光情報カウンターや旅程相談窓口を設けるとともに、タイ旅行会社と連携した訪日旅行商品購入者向けキャンペーンを行った。当イベント期間中には 34,000 人が JNTO ブースを訪問し、約 17,700 件以上の訪日旅行関連商品(ツアー、旅券等)商品の購入に繋がった。



- 2020 年 1 月 25(土)、26 日(日)にかけて、Central Festival(チェンマイ県)にて開催された「第 8 回チェンマイ TITF」に出展し、近年、中所得者層が増加してきているタイ北部からの訪日旅行者の増加を目的として訪日観光情報の提供を行った。当イベントでは 2 日間で 2,335 人が JNTO ブースに来訪し、来場者にアンケートを実施したところ、6 割以上が既に訪日を経験しているリピーター層であり、北海道や九州等地方観光に関心が高い方も多いたことが明らかになった。2020 年度もチェンマイを含むタイの地方都市へのプロモーションを強化し、持続的な訪日観光市場の発展に努めていく。



## 【シンガポール】

### 1-2月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日シンガポール人数は、前年同月比33.2%増の30,200人で、1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日シンガポール人数は、前年同月比24.9%減の19,600人であった。

1月は前年同月比33.2%増の30,200人で、1月として過去最高を記録した。昨年2月であった春節が今年は1月になり訪日需要が移動したことに加え、継続的に展開してきた訪日旅行プロモーションの効果や、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、訪日者数は好調に推移した。

2月は前年同月比24.9%減の19,600人であった。昨年は2月であった春節が今年は1月になったことへの反動に加え、新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、2月7日にシンガポール政府が感染症警戒レベルを引き上げたこと等を受け、出張の取りやめ等訪日旅行を控える動きや旅行意欲の減退が生じたこともあり、前年同月と比べた訪日者数は2桁の減少となった。

### 1-2月の主なプロモーション活動

- 1月22日、2月10日、2月21日、2月28日、東北地方の観光振興プロモーションの一環として、現地旅行会社向けのEDM配信を行った。各EDMにおいて、東北地方各県へのアクセス情報、観光コンテンツ及び宿泊施設の紹介を行うとともに、東北地方を含む商品を購入した消費者向けのギブアウェイの提供を案内し、各旅行会社における旅行商品造成及び販売支援を図った。
- 1月から2月において、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。1月28日から2月29日にかけてJALと連携したオンライン広告においては中国・四国地方を、1月29日から2月29日にかけてはANAと連携したオンライン広告において東北地方を取り上げ、それぞれ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。
- 2019年秋の台風第15号及び第19号に関連した観光需要回復に向けたプロモーションの一環として、2月3日から2月8日にかけて、メディア招請を実施した。東京、埼玉、山梨、静岡、神奈川を訪問し、昔ながらの街並みやテーマパーク、温泉、ショッピングやカフェなど、主に20代～30代をターゲットにお得なレールパスに関する情報も含めて各地の魅力を訴求した。



着物での街歩きの様子



サンドブラスト体験の様子

- 2019年秋の台風第15号及び第19号に関連した観光需要回復に向けたプロモーションの一環として、2月6日、20日、28日に、JNTOシンガポール事務所が管理・運営する会員登録Webサイト「JAPAN by Japan」の会員、約1万500人を対象に、一般消費者向けのEDM配信を行った。全5回の予定で、2月配信ではそれぞれ、北関東、南関東、東東北地域を取り上げ、各地域の観光情報、簡易な旅行ルート紹介を掲載しているJAPAN by Japanサイト上に制作した地域ごとの特設ページに誘導することで、地方の観光魅力を発信した。

## 【マレーシア】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 42.7%増の 44,800 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 27.4%減の 26,600 人であった。

1 月は春節が昨年より 2 月から 1 月に移動したことで、訪日需要の時期が前倒しになったことに加え、クアラルンプール-成田線、クアラルンプール - 那覇線(台北経由)の新規就航等による航空座席供給量の増加もあり、訪日者数は好調に推移した。2 月は 1 月に移動した春節の反動に加え、新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、訪日旅行を含む海外団体旅行のキャンセルや延期といった旅行を控える動きが発生し、前年同月比 2 桁の減少となった。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 11 月のクアラルンプール-成田線の就航に伴う招請事業(メディア、インフルエンサー)を 1 月にエアアジアと共同で実施した。成田から東北を周遊するコースと東京近郊を周遊する 2 コースを実施し、各地の観光、体験、食を視察していただいた。メディア、インフルエンサーそれぞれ情報発信を行い、情報の拡散を図った。
- 1 月のクアラルンプール-那覇線(台北経由)の就航に伴う招請事業(メディア、インフルエンサー)を 2 月にエアアジアと共同で実施した。メディアは沖縄の歴史と文化を中心に、インフルエンサーは自然景観やアクティビティを中心に、沖縄の様々な側面を視察していただいた。メディア、インフルエンサーそれぞれ情報発信を行い、情報の拡散を図った。



成田招請の様子



沖縄招請の様子

## 【インドネシア】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 15.5%増の 37,500 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 0.3%増の 24,700 人で、2 月として過去最高を記録。
- 2019 年秋に実施した航空会社との共同広告の効果やインセンティブ旅行の増加により、訪日者数は堅調に推移したが、新型コロナウイルス感染症関連の影響により 2 月の後半にかけて訪日旅行のキャンセル等が発生した。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- インドネシア地方都市からの訪日旅行を推進するため、訪日旅行の将来有望マーケットであるインドネシア第2の都市スラバヤ及び第3の都市メダン等の現地旅行会社ツアー造成担当者 7 名を 2 月 3 日～9 日の日程で、関東地方及び近畿地方へ招請し、当該地域の旅行商品販売促進を図った。



＜旅行会社招請の様子＞

- 2020 年 2 月 21 日(金)～23 日(日)にジャカルタにおいて、インドネシア航空券販売代理店協会 (ASTINDO) が開催する「Astindo Travel Fair 2020」へ単独出展し、訪日旅行情報発信及び訪日旅行商品購入者への販促キャンペーンを行った。新型コロナウイルス発生により、3 日間のブース来場者数は約 2,400 名、訪日旅行商品購入者は約 160 名と、想定より少なかった。



＜会場の様子＞

## 【フィリピン】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 48.9%増の 53,600 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 12.9%増の 39,700 人で、2 月として過去最高を記録。
- 1-2 月のフィリピン市場は、第 2 の訪日ハイシーズンである 12 月のクリスマス休暇が終わり、旅行需要は一度落ち着く月となるが、継続的な訪日プロモーションに加え、昨年度と比較して航空座席供給量の増加により訪日者数は好調な伸びを記録した。一方で、2 月後半は新型コロナウイルス感染症の影響により訪日旅行のキャンセルや延期が発生した。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 台風第 15 号・第 19 号の被災地域に対する観光分野の回復支援策として、2020 年 1 月 21 日(火)～25 日(土)までセレブファミリーとして有名な Team Kramer を招請し、館山の莓狩りや横浜のカップラーメンミュージアムなどの家族が楽しめるアクティビティと観光地を紹介した。本事業と連携させ、2020 年 2 月で開催された旅行博 Travel & Tour Expo の期間中に東京・千葉・神奈川に関連する旅行商品を購入した人を対象に、航空券等が当たるキャンペーンを実施した。



フィリピン市場の公式サイトでの特設サイト

- 2020 年 2 月 7 日(金)～9 日(日)にかけて、フィリピン最大の旅行博 Travel & Tour Expo 2020 がマニラで開催された。JNTO としては共同出展者 20 団体と共に VJ ブースを出展した。新型コロナウイルス感染症の影響により、来場者、出展者共にほとんどがマスク姿で、来場者数は例年の約半分であった。



VJ カウンター



会場の様子

## 【ベトナム】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 42.5%増の 50,400 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 1.3%増の 39,900 人で、2 月として過去最高を記録。
- 昨年は 2 月であった旧正月(テト)が今年は 1 月になり訪日需要増の時期が前倒しになったことに加え、訪日プロモーションの効果や新規就航、増便、チャーター便による航空座席供給量の増加もあり、1 月は前年同月を大幅に上回った。2 月は新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、1 月末から 2 月にかけてベトナム政府及び観光関係団体から感染予防措置に関する発表が出された影響により、旅行のキャンセルや延期といった旅行を控える動きが発生したものの、旧正月(テト)の影響が 2 月初頭まで継続したことにより、2 月の訪日者数は前年同月を上回った。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 12 月 15 日から 2 月 28 日まで、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実施。冬春の訪日促進及び九州への訪日促進を目的とした特設サイトを作成し、本サイトを経由して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するなど、訪日旅行商品の販売促進を行った。



冬春キャンペーン特設サイト



九州キャンペーン特設サイト

- JNTO ベトナム語公式 Facebook では、定期的に日本の情報発信を行うことにより訪日旅行喚起を行っている。1 月から 2 月にかけては冬の魅力的なコンテンツの紹介や日本の桜開花予想マップなどを発信した。
- 1 月 13 日ダナンにて、「日本ベトナム観光交流シンポジウム」及び「訪日旅行商談会」を開催した。シンポジウムには約 450 名が参加し、日本の観光情報の発信がなされたほか、商談会ではダナンの旅行会社 19 社と日本側セラー 21 団体による 143 件の商談が実施された。
- ホーチミンにて、2 月 20 日にビジット・ジャパン セミナー商談会を、2 月 22 日、23 日には「Japan Vietnam Festival」へのビジット・ジャパン (VJ) ブース出展を予定していたが、新型コロナウイルスの影響で中止となった。



公式 Facebook での情報発信

## 【インド】

### 1-2月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日インド人数は、前年同月比11.5%増の13,900人で、1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日インド人数は、前年同月比27.2%減の6,600人で、2月として前年度を下回った。
- 1月は旅行会社や航空会社との共同広告や富裕層をターゲットとした動画広告の放映等、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、インセンティブ旅行を目的とした渡航の増加もあり前年同月と比べた訪日者数は2桁の伸びを記録した。一方で2月は、インド国内における新型コロナウイルス感染症関連の報道が加熱する中で、インド政府が11日以降日本からの渡航者全員にスクリーニング検査を義務付けたことを受け、出張の取りやめやインセンティブ旅行のキャンセル等旅行を控える動きが発生したことも影響し、訪日者数の前年同月比率は2桁の減少となった。

### 1-2月の主なプロモーション活動

- 2020年1月19日～26日にインドからの日本へのデスティネーションウェディング誘致を目的として、沖縄にインドの有力ウェディングメディア2社2名を招請し、記事化による情報発信を実施した。ウェディング実施を想定した候補施設（ホテル、バンケット会場、チャペル、レストラン等）や観光地を視察に加えて、沖縄県の協力のもとホテルやウェディング業界事業者（10社13名）と意見交換会を実施した。



琉球村視察



意見交換会



メディア露出

- 2020年2月3日～5日までインド・ムンバイ市内のコンベンションセンターにおいて開催されたインド最大級の旅行業界関係者向けの旅行博「OTM(Outbound Travel Mart) 2020」に日本側旅行業界関係者（20社）とともに日本ブースを出展し、訪日旅行の情報提供を行った。同旅行博の主催団体が審査委員会を務める「Excellence Award」において、日本が「Most Exclusive Leisure Destination」に選ばれた。



訪日情報カウンターの様子



授賞の様子

## 【豪州】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日豪州人数は、前年同月比 5.2%増の 85,300 人で、単月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日豪州人数は、前年同月比 1.8%増の 48,500 人で、2 月として過去最高を記録。
- 継続的な訪日プロモーション等による効果に加え、2019 年 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新千歳間季節便といった航空便の新規就航なども後押しし、1 月は単月として過去最高を記録。2 月は、新型コロナウイルス感染症関連の報道の増加に伴う訪日旅行を控える動きもあったが、スキー目的での訪日を中心に堅調に推移し、2 月として過去最高を記録した。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 2 月 1 日(土)～2 日(日)にシドニー、15 日(土)～16 日(日)にパースで開催された、大手旅行会社 Flight Centre 主催の旅行博「World Travel Expo」に、日本からの参加者と共にビジット・ジャパン(VJ)ブースを出展。シドニーでは約 3,300 人、初出展となるパースでは約 2,000 人がブースに来場し、おすすめの観光地や、桜の名所、日本の祭り、キャッシュレス決済の流通性等あらゆる質問を頂き、多岐に亘る情報提供を行った。
- 2 月 17 日(月)～19 日(水)に、MICE に特化した見本市「AIME」へ出展参加。18 日と 19 日の 2 日間にわたって行われた商談では、日本の基本情報から、MICE ならではの情報(ユニークベニューやサポート内容等)を紹介し、MICE 目的地としての日本の魅力を PR した。
- 2 月 23 日(日)～3 月 2 日(月)、訪日教育旅行促進を目的として、豪州の各地域から 7 名の学校長を招請。東京、福島、栃木、京都、大阪を訪問し、主要観光地の視察に加えて、学校訪問等も実施し、教育旅行先としての日本の魅力を体感いただいた。



World Travel Expo パース会場での VJ ブース



教育旅行関係者招請での大内宿訪問の様子

## 【米国】

### 1-2 月の市場動向トピックス

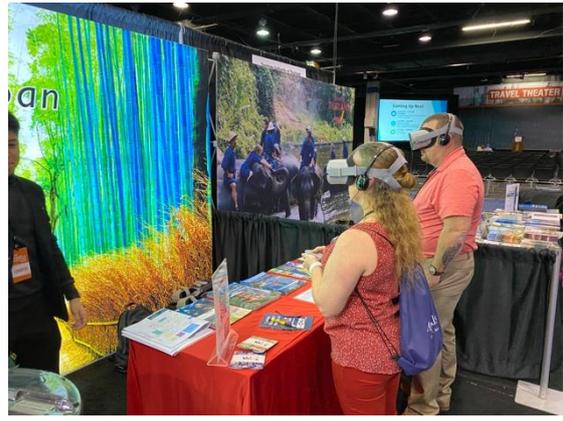
- 2020 年 1 月の訪日米国人数は、前年同月比 13.7%増の 117,300 人で 1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日米国人数は、前年同月比 20.8%減の 73,400 人であった。
- 1 月は訪日観光情報の提供等継続的なメディア支援により米国での日本関連記事の露出機会の増加等により、訪日者数は引き続き堅調に推移した。2 月は、新型コロナウイルス感染症関連の米国における報道の増加に伴い、訪日旅行を控える動きや、クルーズ船の日本寄港中止の影響もあり、訪日米国人数は前年同月比で減少に転じた。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- JNTO ニューヨーク事務所は、2 月 8 日(土)～9 日(日)にかけてシカゴで開催された、「Chicago Travel & Adventure Show」へ初めて Visit Japan ブース(VJ ブース)を出展した。会場は市内から鉄道で約 40 分という立地条件にも関わらず、2 日間で 250 を超える企業・団体が出展し、来場者は約 28,000 名(主催者発表)にのぼった。初日の開場前には 1,000 名以上の行列ができるなど、会場内は 2 日間を通じて終日活気に溢れていた。一般的な訪日観光情報を求めて VJ ブースを訪れる方だけでなく、四国のお遍路やサイクリング、スキー等特定のアクティビティの情報を求める消費者も多いのが特徴的で、特定関心層(SIT: Special Interest Tour)へのアプローチとしても同イベントへの出展は非常に効果的であった。この他、ブース内では、2019 年 11 月にニューヨークで開催した「Japan 2019」連携イベント向けに制作した「浮世絵」をテーマとした VR の体験コーナーを併設し、日本文化を絡めた訪日魅力の訴求も行い好評であった。
- JNTO ロサンゼルス事務所では、コロラド州デンバーにて 2 月 20 日(木)に Japan Showcase(訪日旅行商談会)を開催し、2 月 21 日(土)、22 日(日)には Denver Travel & Adventure Show に Visit Japan(VJ)ブースを出展した。デンバーはコロラド州の州都で、2020 年の人口は約 71.6 万人(全米第 21 位)、2010 年の国勢調査以降人口が 19.3%増えた全米でも屈指の発展を遂げている都市の一つであり、岐阜県高山市との姉妹都市関係は今年で 60 周年を迎えた。前日の大雪にも関わらず Japan Showcase には、バイヤーとして現地旅行エージェント 33 名、セラー(サプライヤー)としてツアーオペレーターやホテル等 11 社・団体が参加し、熱心な商談・ネットワーキングが行われた。Denver Travel & Adventure Show の VJ ブースには、2,000 名以上の来場があり、ロサンゼルス等西海岸都市と比べ、訪日経験の無い消費者や日本への送客実勢の無い旅行エージェントも多かったが、日本語学習者やこれからの送客に意欲的な旅行エージェントも多く、日本への関心の高まりがうかがえた。また、デンバーはロッキー山脈東麓に位置しスキーリゾートやアウトドアアクティビティも盛んであることから、旅行コンテンツとしては、他の地域と比べスキー、サイクリング、トレッキング等アウトドアアクティビティへの関心の強さが感じられた。



Chicago Travel and Adventure Show の  
様子



Chicago Travel and Adventure Show の  
様子



Japan Showcase での  
商談・ネットワーキングの様子



Denver Travel and Adventure Show  
の様子

## 【カナダ】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 29.6%増の 28,900 人で、1 月として過去最高を記録した。
- 2020 年 2 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 26.3%減の 17,600 人であった。
- 2020 年の春節が 1 月下旬(2019 年:2 月上旬)になり、訪日需要増の時期が前倒しとなったことに加え、中国や香港から日本への海外渡航先変更や、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量の増加もあり、1 月の訪日者数は好調に推移した。一方 2 月は、カナダ国内における新型コロナウイルス感染症関連の報道の増加に伴い、2 月以降航空券のキャンセル等訪日旅行を控える動きが発生していることに加え、クルーズの運航停止もあり、訪日者数は前年同月を大きく下回った。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

#### ● 【オンラインを活用した広告事業】

英語圏および中華系カナダ人を対象にゴールデンルートの旅では体験することができない 5 つの県(岩手県、宮城県、長野県、静岡県、石川県)の魅力を紹介するオンライン広告を実施した。



(バナー広告/英語圏向け)

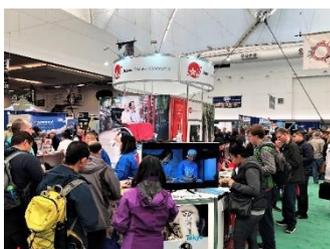


(バナー広告/中華系向け)

#### ● 【旅行博出展、セミナー・商談会開催】

2 月 29 日(土)から 3 月 1 日(日)までバンクーバーで開催された「Outdoor Adventure Show Vancouver 2020」(以下 OASV)に自治体、航空会社、旅行会社等 11 社・団体の共同出展者とともに VJ ブースを出展し、訪日旅行の PR を実施した。

また、OASV 開催前日の 2 月 28 日(金)に「JAPAN: Through the Eyes of Canadians with TOKYO: Old meets News」と題した現地旅行会社向けのセミナーと、商談会を市内ホテルで開催した。



(OASV での VJ ブース)



(商談会の様子)



(セミナーの様子)

## 【英国】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日英国人数は、前年同月比 12.7%増の 24,300 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日英国人数は、前年同月比 21.0%減の 18,600 人。
- 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、1 月までの訪日者数の前年同月比は好調な伸びを記録していたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により訪日客数が減少。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 昨年 12 月 20 日から 1 月 31 日まで、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。キャンペーン料金を提示し、閑散期の訪日需要拡大を図った。また、1 月 20 日から 2 月 6 日まで、英国旅行会社の FlightCentre 及び ANA との共同キャンペーンを展開。FlightCentre の主要店舗店頭において日本のデジタルサイネージを掲出したほか、同社のメール配信サービスや雑誌の記事広告、SNS などを活用した情報発信により訪日商品の販売促進を行った。さらに、1 月 20 日から 2 月 14 日まで、Expedia との連携による共同広告を実施。同社サイト内に日本の特集ページを構築し、ゴールデンルートに加え東北等の宿泊施設の予約促進を図った。
- 英国から冬季の訪日旅行促進を図る目的で、2 月 3 日から 10 日にかけて英国メディア 5 社 5 名の招請を実施した。フィンエアーの札幌通期就航を機に、主に北海道と東北を中心として、アウトドアやウェルネスといった英国でも関心が高いテーマに関連した観光地を視察した。
- 2 月 7 日より 3 月 7 日まで、訪日旅行喚起のための SNS を利用した懸賞キャンペーンを実施。ロンドン事務所 Facebook ページと特設ウェブサイトを連動させた訪日キャンペーンを、台風 19 号で被災した地域を中心に展開し、同地域への訪日需要喚起を図った。また、上記 SNS キャンペーンと連動し、期間中にシネマ広告を英国主要映画館と連携し実施。映画上映前後に JNTO の展開しているグローバルキャンペーン動画を上映のほか、映画館内の広告やニュースレター配信等も活用した、キャンペーンページに誘導する広告を実施し、同上被災地を中心とした PR を展開。



メディア招請の様子



映画館との連携キャンペーン

## 【フランス】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日フランス人数は、前年同月比7.7%増の16,500人で、1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日フランス人数は、前年同月比1.7%減の17,100人であった。
- 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、日本への経由便となる航空会社の座席供給量の増加もあり、1月の訪日者数は前年同月を上回ったが、2月は訪日旅行ローシーズンに加え、2月下旬に入り訪日者数が減少している状況を鑑み、日本での新型コロナウイルスに関する報道が増加するに従い、訪日旅行控えが起きたものと考えられる。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 12月20日～1月31日の期間、航空会社(JAL)との共同広告を実施。SNSやオンラインメディア広告を実施した。パリ地下鉄や国鉄駅(パリ、ボルドー、リール、リヨン、マルセイユ、ナント、ニース、レンヌ、ストラスブール、トゥールーズ等)での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。(搭乗期間は1月8日～6月30日、10月1日～12月12日まで。)
- 東京に特化したガイドブック「Tokyo, guide idal」の著者 Jérôme SCHMIDT氏が訪日旅行会社 Vivre le Japonと共にポッドキャストをローンチした。
- 1月30日にリヨン市内で開催されたリヨン空港主催のBtoBワークショップにJNTOパリ事務所として出展。25名(ツアーオペレーターや旅行代理店等)に情報提供を行い、訪日旅行商品の販売を促した。
- 2月4日に、在フランスの各国観光局組織「Adonet」がメディア商談会を開催し、JNTOパリ事務所として参加。18媒体(ジャーナリスト、ブロガー、広告営業等)と商談を行った。



Adonet メディア商談会

## 【ドイツ】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 1.4%増の 11,200 人であった。
- 2020 年 2 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 18.6%減の 10,900 人であった。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 1 月 1 日から 1 月 30 日にかけて、ドイツの旅行会社と連携した TVCM を配信。特別価格の訪日旅行商品（10 日間・航空券込 1,799EUR~のツアー）を宣伝し、訪日需要喚起に取り組んだ。
- 1 月 10 日から 2 月 10 日にかけて、日系航空会社との共同プロモーションとしてオンラインバナー広告を実施。昨年の同時期のキャンペーンに比べて、訪日旅行予約数が約 1 割増加した。
- 1 月 29 日から 2 月 5 日にかけて、地方への誘客促進のため、九州ヘドイツ人ジャーナリスト 2 名を招請し、福岡市美術館・高千穂峡・黒川温泉などの取材を含んだプレストリップを実施。
- 2 月 19 日からミュンヘンで開催された BtoC 旅行見本市「f.re.e 2020」において、ジャパンプースを出展。開催5日間で約 13 万人の来場があり、ジャパンプースでは 6 団体の共同出展者とともに、訪日旅行の PR を行った。当該ブースには約 13,000 人が訪れ、日本の魅力を紹介するアトラクションなど各種イベントを催し、大盛況であった。
- 昨年の台風 19 号で被災した地域の現状及び観光魅力を発信するため、北陸新幹線沿線の自治体（長野県、富山県、石川県）を中心とした、被災地域への訪日客の増加を促すプロモーションをオンラインメディア等で実施した。
- この他、北海道ニセコや長野県白馬のスキー場にドイツ人インフルエンサーを招請し、日本のパウダースノーの魅力をテーマに SNS 等で情報発信を行った。



ドイツ旅行会社とのTVCM



ジャパンプースの様子 (f.re.e)



インフルエンサーによる

SNSでの情報発信

## 【スペイン】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020年1月の訪日スペイン人数は、前年同月比18.7%増の5,200人で、1月として過去最高を記録。
- 2020年2月の訪日スペイン人数は、前年同月比5.1%減の4,300人であった。
- 1月は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、フィンエアーの新千歳便就航やその他経由便の増便等、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。
- 2月はコロナウイルスについての報道がスペイン国内でも連日大きく取り上げられ、旅行控えが発生し、昨年10月以来、4か月ぶりに対前年同月比で減少。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 1月16日～2月13日にかけて、ANAを窓口とし、スターアライアンスに属する航空会社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、メトロ広告やオンライン広告等を実施し、訪日需要の喚起を図った。
- 1月22日～26日にかけて、スペイン・マドリッドにて開催されたBtoB及びBtoC向け国際旅行博「FITUR2020」にビジット・ジャパン(VJ)ブースを出展。VJブースにはJNTOの他、自治体及びDMOなどの観光関係団体・旅行会社・ホテル・交通事業者の計33団体が共同出展者として参加し、訪日旅行のPRを実施した。
- 2月1日～24日にかけて、スペインのインフルエンサー4名を東京、栃木、秋田、福島、宮城、岩手の各地域へ招請。東北地方を中心とした冬の魅力や関東地方のモダンな日本を彼らが持つSNSを通じ発信した。招請者からは「今まで見たことない雪景色を見ることが出来た」、「何回訪れても楽しい場所」等高評価であった。
- 2月20日、ビルバオにてスペイン旅行会社連盟(CEAV)との連携セミナーを開催。業界関係者73名が出席し、最新の訪日観光状況及び[Your Japan 2020]キャンペーンについて講演を行った。



Fitur2020の様子



インフルエンサーによる情報発信



セミナーの様子(ビルバオ)

## 【イタリア】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 14.4%増の 6,900 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 20.3%減の 4,700 人で、前年同月と比べた訪日者数は 2 桁の減少となった。
- 1 月は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、日本への経由便となる航空会社の座席供給量の増加もあり、訪日者数は前年同月を上回ったが、2 月は新型コロナウイルス感染症の流行に伴い一部経由便が運航停止となったことに加え、イタリア国内で感染が急激に拡大したことを受け、旅行を控える動きが発生したこともあり、前年同月を下回った。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 1 月 13 日から 2 月 10 日にかけて ANA を窓口とし、スターアライアンス(オーストリア航空、ルフトハンザ航空、スイス航空)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、東北や四国のモデルコースを紹介する特設サイトを開設してエアラインを活用した地方の魅力発信を行うとともに、ニュースレター配信やラジオ CM、オンライン広告を実施し、訪日需要の喚起を図った。
- 旅行会社と連携した訪日プロモーションにおいて、GoAsia 社が 1 月 26 日から 2 月 1 日にかけて Sky TV Channels で日本を紹介する番組を制作・放送し、TV 番組を通じたプロモーションを実施、Mappamondo 社が 2 月 4 日にミラノとベルガモにおいて販売員向けに新たな destinations を紹介するエージェントトレーニングを実施するなど、訪日旅行商品の販売促進等を行った。
- 2 月 12 日、13 日に南イタリアの都市パリー及びサレルノにて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た。イタリア側のトラベルエージェントが計 104 社参加し、日本側共同出展者 20 団体が訪日商品に関する商談を行い、JNTO は訪日魅力を伝えるプレゼンテーションを実施し、訪日旅行商品の販売を促した。



ロードショーでのプレゼンテーション



ロードショーでの商談



Mappamondo のエージェントトレーニング

## 【ロシア】

### 1-2 月の市場動向トピックス

- 2020 年 1 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 33.0%増の 8,400 人で、1 月として過去最高を記録。
- 2020 年 2 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 19.6%増の 6,700 人で、2 月として過去最高を記録。
- 新型コロナウイルス感染症の流行に伴い欧州ロシアで旅行を控える動きが発生したものの、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等により訪日外客数が堅調に推移したこともあり、訪日者数は好調に推移した。

### 1-2 月の主なプロモーション活動

- 1 月 13 日～19 日 ロシアの有力経済紙であるヴェドモスチ紙の副編集長で経済界に影響力のあるアレクサンドル・グプスキー氏を北海道・東京に招請した。オークラホテル支配人・北海道観光振興機構・ウインザーホテル洞爺などのトップインタビュー・ニセコ視察などを行い、紙媒体・オンラインともに報道成果が発出された。



<招請の様子>



<報道成果一例>

- ロシア最大、富裕層向け商品を取り扱う旅行会社に限定された商談会「Luxury Travel Mart(LTM)」に、共同出展 14 団体ともにジャパンラウンジを出展した。1000 名を超えるロシア・CIS のバイヤーとの 480 件を超える商談が行われ、多数の参加者はすぐに商談成立となるケースも見られ、出展者の満足度は高い結果となった。



<商談の様子>



<ジャパンラウンジ入入口>