

【韓国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日韓国人数は、前年同月比 97.1%減の 16,700 人であった。
- 2020年4月の訪日韓国人数は、前年同月比 99.9%減の 300 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月9日から日本入国における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等により、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 2月28日～3月2日、東北旅行専門家育成セミナーの修了者(旅行会社の日本担当者)を対象に、東北の列車旅行をテーマとしたスタディーツアーを実施。「津軽ストーブ列車」や「秋田ごっつお玉手箱列車」等の特徴ある列車を体験しながら、青森、秋田、岩手の温泉や観光地を訪問した。セミナーで学んだ内容を実際に体験することで理解を深める機会になったとして、参加者の評価も高かった。2020年度は、東北にとどまらず日本全国にエリアを拡大し、専門家育成セミナーを実施予定。



(スタディーツアーの様子)

- ソウル事務所の SNS では、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、日本滞在中に体調を崩した場合に医療機関を検索できるウェブサイトの紹介や日本政府が発表した日本への入国に係る制限や措置に関する情報発信を行った。



(ソウル事務所の SNS 投稿)

【中国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日中国人数は、前年同月比 98.5%減の 10,400 人であった。
- 2020年4月の訪日中国人数は、前年同月比 100.0%減の 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に加え、3月9日からは日本における入国時の検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同期を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ 中国市場では1月末から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た為、各種イベント等一連のプロモーション活動を見合わせた。

【C-TRIP 社とのコラボレーション】

中国の大手 OTA である C-TRIP 社が展開する各国 NTO とコラボレーションしたキャンペーンに JNTO として協力。



「武漢加油」のメッセージを発信

広州駅では通路全体の広告スペースを活用

【马蜂窝(mafengwo)とのコラボレーション】



中国最大級の旅行口コミ投稿サイト、马蜂窝

(Mafengwo) が世界から中国への応援メッセージを募り、公式アプリ等で発信する企画に JNTO として協力。

(掲載メッセージ)

日本政府観光局より、中国の皆さまに心からお見舞い申し上げます。皆さんが、心を合わせ、必ず、苦難を克服し、ウイルスとの闘いに打ち勝つことができると信じています。雨風が過ぎれば、必ず虹を見ることができます。

武漢加油！中国加油！

【台湾】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日台湾人数は、前年同月比98.1%減の7,700人であった。
- 2020年4月の訪日台湾人数は、前年同月比99.9%減の300人であった。
- 3月は新型コロナウイルス感染症が流行し、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がある中で、3月17日以降、日本への渡航警戒レベルが引き上げられたことを受け、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。4月は日本への渡航警戒レベルが更に引き上げられたこと等に加え、4月3日からは日本側における入国時の検疫強化、査証の無効化等の措置もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 新型コロナウイルス感染症の拡大にともない、SNS等で日本への渡航規制を含む日本政府の情報や緊急時対応のホットライン及びアプリの案内、観光施設の閉館情報等を発信した。

日本旅遊活動 VISIT JAPAN NOW
3月2日

關於日本國內博物館等的閉館資訊可參考下列網站
●JNTO全球網站 (僅英語)
<https://www.japan.travel/en/news/coronavirus/#anchor...> もっと見る

JAPAN.TRAVEL
Coronavirus (COVID-19) advisory information | Travel Japan | JNTO

日本旅遊活動 VISIT JAPAN NOW
4月2日

關於對於新型冠状病毒肺炎之簽證發行相關議題(4/1更新列管地區)可參考下列網站
<https://www.koryu.or.jp/tw/news/?itemid=1614&dispmid=4266>
除了上述情報外，關於日本政府所公布與新型冠状病毒肺炎相關的資訊，可參考以下網站:... もっと見る

KORYU.OR.JP
最新消息 | 公益財団法人日本台灣交流協會

- 台湾では外交部(=外務省)によるトラベルアラートと、衛生福利部(=厚労省)による海外旅行感染症アドバイスの2種類の注意レベルが存在しており、新型コロナウイルス感染拡大にともない、双方とも日本を含む全世界が最高警戒レベルとなった。このため事実上海外旅行が不可能となり、予定していた訪日プロモーションは一旦停止することとなった。

- 外交部(=外務省)トラベルアラート(渡航警戒レベルは次の4段階)
- ▽レベル4(赤色、渡航中止・退避勧告)
日本(3/19~)・全世界(3/21~)
 - ▽レベル3(オレンジ、不要不急の渡航は中止)
 - ▽レベル2(黄色、渡航の是非検討)
 - ▽レベル1(グレー、注意喚起)
- 衛生福利部(=厚労省)海外旅行感染症アドバイス
- ▽第一級:注意(Watch)「市民は現地での一般的な予防措置を順守すべき」
 - ▽第二級:警告(Alert)「市民は現地での防護措置を強化すべき」
 - ▽第三級:警告(Warning)「市民は全て不必要な渡航を避けるべき」
日本(3/17~)・全世界(3/21~)

【香港】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日香港人数は、前年同月比 94.2%減の 9,900 人であった。
- 2020年4月の訪日香港人数は、前年同月比 100.0%減の 10 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月9日から日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと、3月17日以降、香港政府が中国本土、マカオ、台湾を除く全ての国・地域への渡航警戒レベルを引き上げ海外渡航の自粛を要請したこと等もあり、3月4月ともに訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 2019年の台風15号、19号によって被災した地域のプロモーションの一環として、特設 Instagram とウェブサイトを活用したキャンペーンを実施した。参加者は自身が撮影した当該地域の写真を Instagram に投稿。キャンペーンサイトでの投票で票数を多く獲得した作品の投稿者に対し、日本ー香港往復航空券や JR パスを進呈するコンテストを行い、被災地域の観光需要回復を図った。

※JNTO 香港事務所は 4 月より公式 Instagram を開設→<https://www.instagram.com/visitjapanhk/>



人気のあった投稿写真
(フォトジェニックな風景写真が人気であった)



キャンペーンサイトトップ画
(自然景色、歴史、文化、グルメをテーマに情報を発信)

- JNTO 香港事務所の公式 Facebook にて「旅行できない時間を楽しむゲーム」投稿を実施した。日本でできる事項についてビンゴ形式に配置した画像に、自身が体験したことがあるものをチェックしてもらい、再投稿を促すもの。ビンゴの項目は「新幹線の中で駅弁を食べる」「おみくじで大吉を引く」「樹氷や雲海を撮影する」などの細かい項目となっており、特にリピーター層の訪日意欲の維持を図った。



投稿されたビンゴとコメント



(リピーターの多い香港市場でも全て体験している人は少なく、次回の訪日旅行を楽しみにしているとのコメントも見られた)

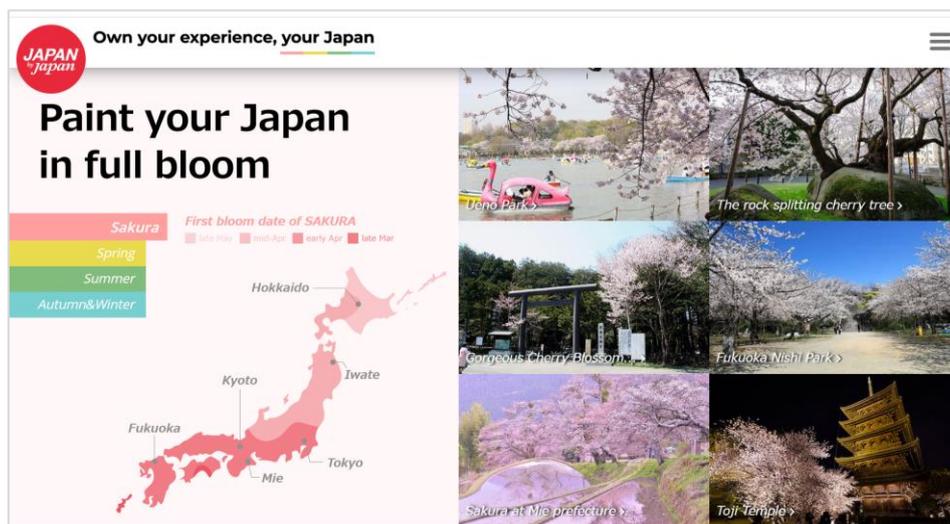
【シンガポール】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 88.3%減の 5,100 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 100.0%減の 10 人未満であった。
- 訪日シンガポール人数は、3 月は前年同月比 88.3%減の 5,100 人、4 月は前年同月比 100.0%減の 10 人未満であった。新型コロナウイルス感染症の拡大により、2 月 7 日以降、シンガポール政府による感染症警戒レベルの引き上げ、日本への不要不急の渡航自粛要請、海外滞在者に対するシンガポールへの入国規制、サーキットブレイカー（外出規制）の実施に加え、3 月 28 日以降、日本における検疫強化の対象となったこと等もあり、4 月には一般の観光客は訪日できない状況となったため、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ 3 月 31 日から 5 月 13 日にかけて、「花のある風景」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施した。これは、今年度年間を通じて実施する予定のテーマ別オンラインキャンペーンの第 1 弾で、テーマ沿った特設ページの作成、Instagram 投稿キャンペーン、テーマに関する Facebook 投稿やシンガポール事務所が管理する会員登録制コミュニティサイト「JAPAN by Japan」の会員に対する EDM の送信等を行った。全体を通じて COVID-19 による世界的な状況を鑑みて「思い出の花をシェアしてみんなで今を乗り切ろう」という趣旨でのメッセージを発信し、Instagram 投稿キャンペーンでは特定のハッシュタグを用いて消費者自身により日本に関する情報発信が行われるように促した。その結果、1,000 件を超える投稿があり、締め切り後も投稿が行われている。また、Facebook 投稿や EDM においては、日本側パートナーからコンテンツの募集を行い、日本各地の「花のある風景」を発信した。



(参考)「花のある風景」キャンペーンサイト <https://japanbyjapan.com/yourjapan/flower/>

- ＊ 4 月 15 日から 6 月 12 日にかけて、現地旅行会社に対し日本に関するトレーニングの一環として、旅程コンテスト「The Dream Japan Journey」を実施。シンガポール現地旅行会社の職員であれば、部署や役職問わず参加できるとし、テーマ別オンラインキャンペーンと連動した「子供と一緒に学び旅」、「ご褒美旅」、「インスタ映え旅」の 3 つのテーマに応じた夢の旅程を作成、提出してもらう。応募数の上限は設けず、テーマごとに優秀な旅程 5 つに対して賞品や商品化時における共同公告としての支援を実施することにより、応募意欲を促進している。在宅勤務中の職員のトレーニングとして好意的に受け止められており、BtoB 向け媒体の EDM で告知広告を行ったことで、新しいネットワークの構築にも繋がっている。

(参考)「The Dream Japan Journey」概要 <http://tiny.cc/dream-japan-journey>

【マレーシア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 93.5%減の 3,300 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 100.0%減の 20 人であった。

新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、マレーシア政府が活動制限令を発令して、3 月 18 日以降、マレーシア人の出国を禁止し、航空各社が日本路線の運休・減便を開始したことにより訪日者数は 3 月、4 月ともに前年同月を大幅に下回った。

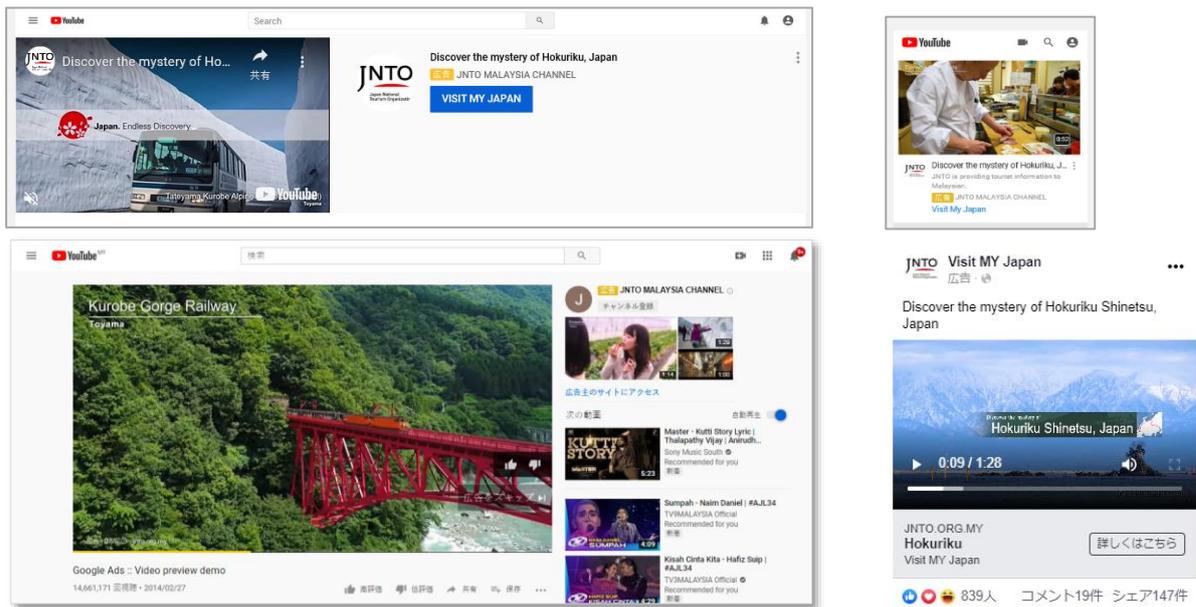
3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ 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 13 日～3 月 12 日に掛けて YouTube、Facebook といった SNS を活用した宣伝を効果的に展開。特に YouTube ではトップページに表示されるマストヘッド広告を利用したことで、北陸信越／首都圏の認知度向上や興味喚起を図った。

＜参考＞北陸信越／首都圏のビデオ (YouTube)

関東: <https://www.youtube.com/watch?v=H48qakk70tE&t=3s>

北陸: <https://www.youtube.com/watch?v=QdPVHR2ACdA>



- ＊ 4 月もマレーシア市場の公式 Facebook では、地方都市の豊かな自然、アウトドアアクティビティ、食の魅力、現代アートなどマレーシア人の趣味趣向を考慮した日本の観光魅力を日々発信している。



岩手県
北上展勝地
さくらまつり



兵庫県
六甲山

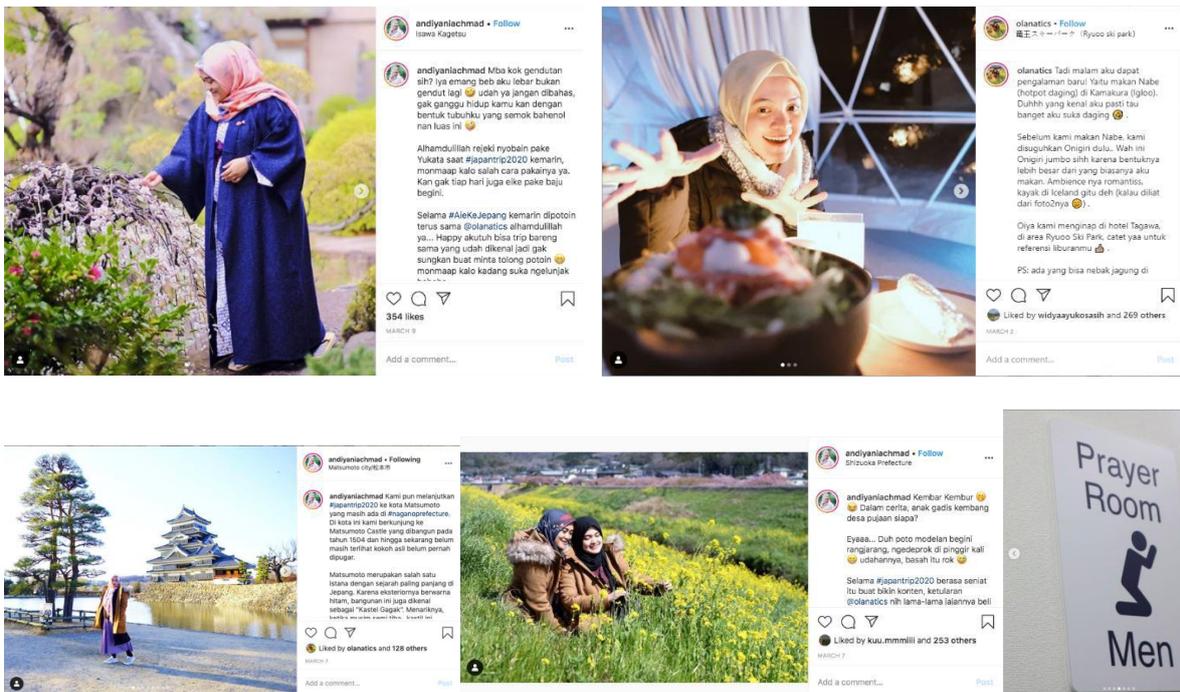
【インドネシア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 81.3%減の 7,400 人。
- 2020 年 4 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 99.7%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 3 日以降、インドネシアにおいて、日本への渡航警戒レベルの引上げ等があったこと、3 月 28 日から日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ 台風 15 号及び第 19 号の被災地域に対する観光分野の速やかな回復支援策として、ムスリム個人旅行者層をターゲットにインフルエンサー 2 名、新聞及びオンラインメディア 2 名を 3 月 2 日～6 日の日程で長野県、山梨県、静岡県へ招請した。インフルエンサーは、各地での「食」、「自然(四季)」、「日本文化」などの体験をムスリムフレンドリーのアングルを加え Instagram を活用し計 250 投稿以上を発信し、計 4 万以上のいいね！数を獲得した。



＜Instagram 投稿の一例＞

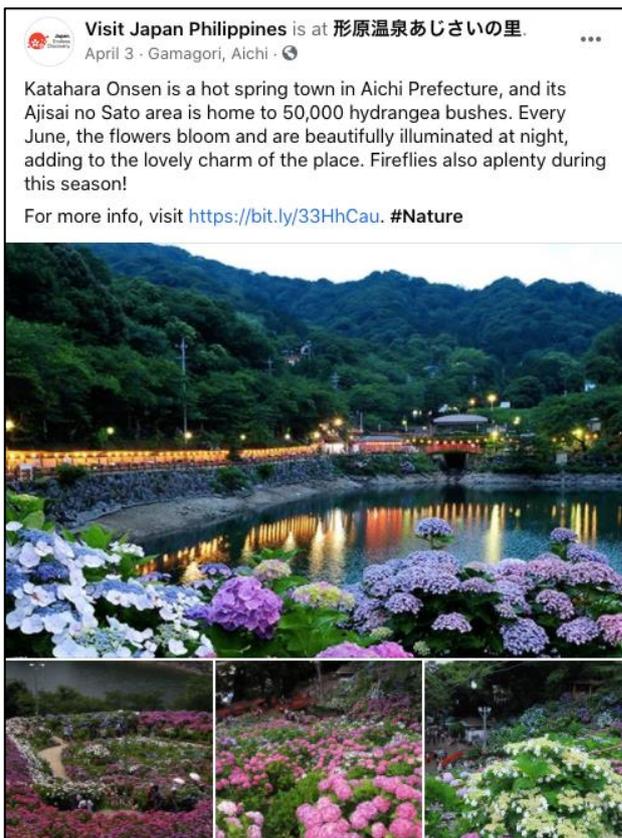
【フィリピン】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 77.4%減の 10,900 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 99%減の 50 人であった。
- 本来であれば、桜の開花やイースター休暇のために、3 月～4 月はフィリピン 市場における訪日旅行のピークシーズンとなる時期である。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 15 日以降、フィリピンにおいて、都市封鎖、外出制限措置等が実施されたことに加え、3 月 28 日以降、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、3 月、4 月共に、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ フィリピン市場向けの Facebook では、新型コロナウイルス感染症の収束後の訪日旅行再開の時に向けて、日本各地の観光魅力について発信してきた。
- ＊ また、Stay Home 対策として、Facebook に Japan Travel のバーチャルツアーの紹介記事を掲載した他、よみうりランドのジェットコースターに乗っているかのような視点での動画を投稿し、家にいながら少しでも日本旅行の気分を感じられるような情報発信を行った。



Facebook による日本の観光魅力の発信



バーチャルツアーの紹介記事

【ベトナム】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 56.6%減の 20,800 人であった。
- 2020年4月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 99.6%減の 200 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、1月末以降、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、特に4月1日から22日までベトナム国内では首相指示による社会隔離が実施された。また、3月13日以降、在ベトナム在外公館における査証発給が制限されたこと、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、3月・4月ともに訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 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観光情報の提供を行っている。新型コロナウイルス感染症が世界的に流行した3月から4月にかけては、直接訪日旅行を促すようなコンテンツの配信はできなかったものの、感染症が終息した際に訪日につながるよう、日本に関する情報発信を行った。



「岐阜にある、絵のように美しく、魚がいるモネの池」



「なぜ日本食レストランの前にはカーテンがあるのでしょか？」

- 2019年のベトナム人訪日客数は49万5,100人に達し、前年比27.3%増と過去最大となった。3月、JNTO ハノイ事務所では、訪日ツアー販売や訪日旅行促進に貢献した団体に対し、「Japan Tourism Award in Vietnam 2019」と題し、表彰を行った。旅行会社等33社を選定し、Bestselling Travel Agency 賞など4つのカテゴリーを設けて、表彰状及びトロフィーを贈呈した。
- 4月にハノイにて開催される旅行博「Vietnam International Travel Mart (VITM) Hanoi 2020」にVJブースを出展予定だったが、新型コロナウイルスの影響で延期となった。



表彰状授与の様子 (Japan Tourism Award)

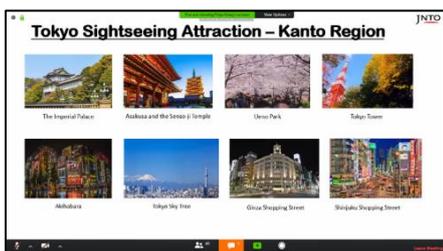
【インド】

3-4 月の市場動向トピックス

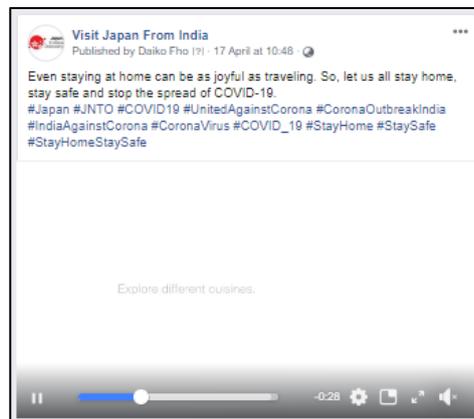
- 2020年3月の訪日インド人数は、前年同月比 89.3%減の 1,900 人であった。
- 2020年4月の訪日インド人数は、前年同月比 99.8%減の 30 人であった。
- 3月中にインド政府より発令されたインド全土を対象とした外出禁止令や海外渡航中止勧告が4月以降も継続されていることや、国際線の着陸停止措置が4月も継続され日印間の直行便が運休となっていることから、インドからの訪日者数は両月とも前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

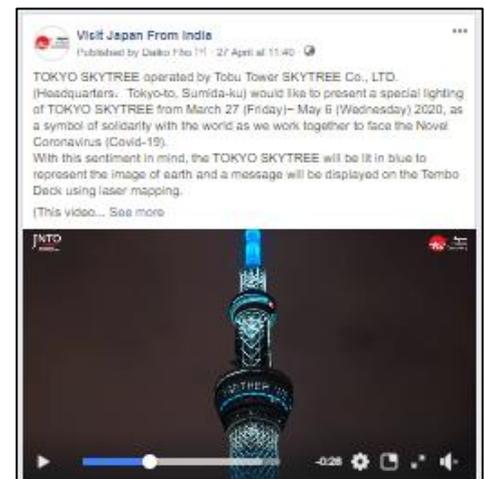
- 2020年3月～4月に主要4都市（デリー、ムンバイ、ベンガルール、チェンナイ）の旅行会社向けにウェブセミナーを8回開催した。3～4月の桜シーズンのみならず、立山黒部アルペンルートに加え、1月に咲く沖縄の桜、北海道でのスノーアクティビティなど日本の未だ知られていない魅力について説明し、デリー事務所の運営するオンライントレーニング（Japan Specialist Program）を紹介した。都市封鎖期間中、旅行会社は休業と在宅勤務を強いられており、各国に関する知識を深めることに積極的になっているので、訪日商品知識を向上と商品造成を促進する機会ととらえ、今後も実施をしていく予定である。
- 3月下旬からのロックダウンにより外出禁止を強いられる中、フェイスブックを使って2020年4月17日に「#StayHomeStaySafe」を呼びかける動画や、4月27日に「Together We All Can Win!」というメッセージにて東京スカイツリー®と連携した動画を投稿し、前者は253,482人、後者は400,838人と多くの媒体接触者数を獲得した。外出自粛措置の影響で、SNSの利用時間が増えると予想されるため、今後も将来の訪日旅行需要を促進する投稿を行う予定である。



オンライン会議システムを活用したウェビナー



4/17 StayHome 投稿



4/27 スカイツリーと連携した投稿

【豪州】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日豪州人数は、前年同月比 80.1%減の 8,800 人であった。
- 2020年4月の訪日豪州人数は、前年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、3 月には豪州政府が海外渡航警戒レベルの引き上げを経て海外渡航禁止を発令、航空路線も運休・減便が相次ぎ、さらに日本においても4月3日より豪州が入国拒否対象国となったことから、3月、4月ともに前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ パース空港及び全日本空輸と連携し、2020年3月5日(木)、パースにおいて現地旅行会社を対象とした訪日セミナーを実施した。現地からはリテラーを中心に約 80 名の方にご参加いただき、まだ知られていない日本の魅力をテーマにプレゼンテーションを行った。また、日本から 7 団体にブースを出展いただき、現地参加者と情報交換を行う機会となった。
- ＊ 2020年3月7日(土)、パースで毎年開催されている日本関連イベント「パース・ジャパン・フェスティバル(Perth Japan Festival)」に JNTO として初めてブースを出展した。新型コロナウイルスの影響が懸念される中、当日の総来場者数は 16,000 人、ブース来訪者数は 1,300 人と非常に盛況であり、一時会場への入場制限が行われるほどであった。来訪者は、訪日旅行に高い関心を持っており、ゴールデンルートに加えて各地方の詳細や、桜、日本食に関する情報を求めている方が多かった。



パースでの訪日セミナーの様子



パース・ジャパン・フェスティバルでの VJ ブース

【米国】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日米国人数は、前年同月比 87.0%減の 23,000 人であった。
- 2020年4月の訪日米国人数は、前年同月比 99.8%減の 300 人であった。
- 3月には、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、日本政府による入国制限措置の拡大、米国政府による米国民に対する渡航中止勧告、また外出自粛要請、航空各社による大幅な減便・連休対応などにより、訪日者数は前年同月比で大幅に減少した。4月には米国に滞在歴のある外国人に対する日本への入国規制も強化されたことに伴い、更なる減少が見られた。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ ニューヨーク事務所では、新型コロナウイルスの影響による旅行の制限に伴い、世界的にバーチャルツーリズムへの関心が拡大していることから、JNTO が制作した 360° VR 動画をはじめ、日本の主要観光地をバーチャルに楽しむことができる素材を紹介したプレスリリースを発売。大手旅行媒体や Forbes といった大手一般媒体において多数記事化に繋げることができた。米国内の旅行需要回復までにはまだ時間がかかることが予想されるが、日本の観光に対する関心を喚起する取り組みを今後も継続的に展開していく。

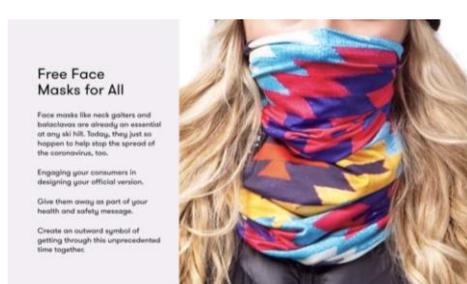


左：JNTO プレスリリース
右：大手旅行媒体での露出

- ✳ 米国では新型コロナウイルス禍の状況下で各団体等が主催するウェビナーが盛んにおこなわれている。例年 3 月末から 4 月に行われる MTS (Mountain Travel Symposium) は、イベント自体は中止となったが、4 月 28 日に特にアドベンチャーツーリズムにおける新型コロナウイルスとの向き合い方についてウェビナーが実施され、いくつかの提案があった。また、USTOA (全米ツアーオペレーター協会) 主催のウェビナーでは、各デスティネーションの受け入れ体制が、旅行者側にとっても従業員等受け入れ側にとっても十分に整っているという安全性の訴求が重要であるという見解があった。今後は新型コロナウイルスとの共生という旅行形態に変化することが予想されるため、今後とも方々からの情報収集を密にし、日本の安全性について訴求できるプロモーションを実施していきたいと考えている。

写真：MTS の提案 (人々が集まる場所へのヘルスステーションの設置)

MTS の提案 (Giveaway 案としてフェイスマスク、サニタイザー等を制作・配布)



【カナダ】

3-4月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日カナダ人数は、前年同月比 83.9%増の 6,100 人であった。
- 2020年4月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 3月14日以降、カナダ政府による外国への不要不急の渡航制限が実施されたこと、4月3日以降、日本政府による外国人の日本入国に対する水際対策が強化されたため、事実上カナダからの日本入国が不可となった。

3-4月の主なプロモーション活動

● 【新Eラーニング作成】

訪日旅行商品を扱う旅行会社社員向けの人材育成として、新Eラーニングプログラム構築した。英語、フランス語の言語別に基礎編のコース1と中級編のコース2を作成し、業界紙を通じて広報を行うとともに、3月末までの修了者は、日本往復航空券、訪日視察旅行に応募できるキャンペーンを実施した。その結果、3月末までの受講者数は、2コースあわせて英語 489 人(修了者数 311 人)、フランス語 119 人(修了者数 70 人)であった。



(コース説明、登録ページ)



(コース1(基礎編))



(コース2(中級編))



(コース修了後にダウンロードできる修了証、バッジ)

● 【ニュースレターの配信】

3月25日にメディア向けおよび旅行会社等の業界・一般向けニュースレターを配信した。メディアは、約 600 名の旅行、ライフスタイルジャーナリストに、業界・一般向けは約 5,600 名に配信した。今回は、日本の文化紹介やカナダにある桜の由来など日本への理解を深める情報を中心に発信を行った。



(メディア向けニュースレター)



(業界・一般向けニュースレター)

【英国】

3-4 月の市場動向トピックス

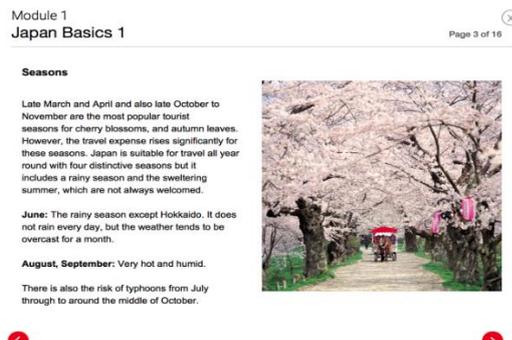
- 2020年3月の訪日英国人数は、前年同月比 82.4%減の 6,800 人であった。
- 2020年4月の訪日英国人数は、前年同月比 99.9%減の 30 人であった。
- 継続的に展開してきた訪日プロモーションの効果等により、訪日への関心自体は引き続き旺盛ではあるが、新型コロナウイルス感染症拡大により、3月16日以降、英国において不要不急の旅行・外出禁止要請、外国への渡航禁止勧告等が発令されたことに加え、3月21日から日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等の影響もあり、訪日者数は3月、4月ともに前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ 3月、英国の旅行会社向けにE-learningコースを新設し、日本の四季や地理、空港アクセスなどの基礎情報に加えて、人気の観光地等に関するコンテンツを作成し、今後の訪日販促に向けて日本の知識習得の機会を提供した。



(日本の基本情報 1)

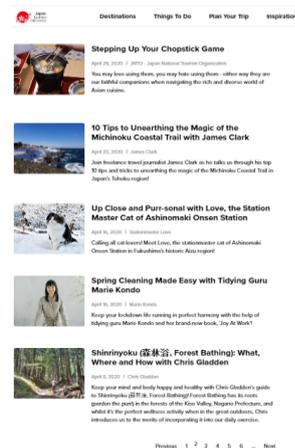


(日本の季節)

- ✳ JNTO ロンドン事務所公式 SNS や ホームページ(グローバルサイト Travel Japan)にて、外出禁止が続く状況下の在宅でも楽しめるような日本に関する情報発信を継続的に実施。



(Facebook)



(グローバルサイト Travel Japan)

【フランス】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日フランス人数は、前年同月比 73.8%増の 7,700 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日フランス人数は、前年同月比 100%減の 10 人であった。
- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、フランスにおいては、3 月 17 日正午より非常に厳しい外出制限措置が取られた。また、日本の水際対策強化により、フランスが日本への入国拒否対象国となったほか、フランス国内からの直行便についても運休・減便となった。4 月になってもこれらの状況は改善せず、訪日旅行者数は 3 月・4 月ともに前年同月比を大きく下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ✳ 2 月 26 日から 3 月 19 日にかけて、日本を文化や習慣等の面から簡潔に紹介する番組を制作・放映し、日本の観光地としての認知度向上と訪日意欲を促す目的で、仏独共同出資の大手テレビチャンネル ARTE が運営するオンラインテレビチャンネルのクルーを日本に招請した。5分番組が9本作成され、7月上旬に放映される予定である。
- ✳ 東北地方・北信越地方の認知度向上を目指す広告を Facebook で実施し、更に JR 東日本との連携にて、当該地域の興味関心者に対して、地域鉄道パスのリマーケティング広告等を行った。
- ✳ JNTO パリ事務所公式 SNS (Facebook、Instagram) での情報発信として、通常の日本の観光コンテンツを紹介するほか、“自宅で感じる日本”をテーマとして、自宅でできる禅・瞑想体験、紙相撲遊び、折り紙だるまなどの紹介をした。
- ✳ 4 月 15 日に“Voyagez Confiné”(意訳:外出制限中に自宅で旅行気分を味わおう)というポッドキャスト番組で JNTO パリ事務所職員がインタビューに答え、日本の紹介をした。



公式 Facebook での情報発信



ポッドキャスト“Voyagez Confiné”ウェブサイト

【ドイツ】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 77.3%減の 6,500 人で、前年同月を下回った。
- 2020年4月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 100%減の 10 人未満で、前年同月を下回った。
- 新型コロナウイルス感染拡大防止のため、日本政府がドイツ人の入国を 3月26日から4月30日まで原則禁止（査証免除停止、査証効力停止）したこと、及びドイツ政府が3月18日から少なくとも6月14日まで外国への渡航をとりやめるよう警告したことから、観光客や商用客は訪日できずに大幅な減少となった。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 2月6日から3月4日にかけて Air France との共同プロモーションとして旅行雑誌 GEO のウェブサイトにて「Discover Japan」特集を行った。特集内では行程の紹介、文化、自然、首都圏からの日帰り旅行などについて触れ、訪日需要喚起に取り組んだ。
- 2月7日から3月9日にかけて Finnair との共同プロモーションを行い、オンラインバナー広告及び当地旅行雑誌 Abenteuer und Reisen のジャーナリスト招請を行った。雑誌記事については、2020年5月に紙面とオンラインに掲載予定。
- 2月下旬から3月末にかけ、当所のドイツ語 SNS にて、ドイツ人クリエイターが撮影した日本の画像及び動画コンテンツを活用し、「Bucketlist」をテーマに投稿を行った。ハッシュタグは #JapanBucketlist を使用し、渋谷スカイ、河口湖、高千穂峡、屋久島など、ゴールデンルートのみならず地方の魅力的なコンテンツも含め約 30 回投稿した。結果、3月のInstagramの月間リーチ数が前月の約 4.4 倍(106,737 件→465,936 件)に伸び、より多くのドイツ人に訪日旅行をプロモーションすることができた。

<Instagram及びフェイスブックでの情報発信例（#JapanBucketlist）>



- 4月30日に、当所フェイスブックにて「訪日旅行がコロナで流れてしまった体験談」を募集したところ、175 件の応募があった。ハネムーンで日本へ行くはずだったカップル、誕生日を奈良公園で鹿と祝うはずだった人、歌舞伎座、文楽、大相撲の予約をしていた人、貯金をして高級旅館に泊まることを目標にする人など、様々なコメントが集まり、お互いに慰めあう様子も見られ、訪日旅行意欲の高さがうかがえた。応募者のうち 5 人に粗品を進呈した。

<https://www.facebook.com/japantourismus/photos/a.282453431793050/3078423632196002/>

【イタリア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020 年 3 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 90.0%減の 1,500 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 100.0%減の 10 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 10 日以降イタリア全土に移動制限が発令されたことに加え、3 月 21 日から日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等を受け、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ イタリア市場では新たに公式 Instagram アカウント(https://www.instagram.com/visitjapan_it/)を開設し、食・伝説や伝承・日本の映画・日本の秘境などを中心に、日本への興味と訪日意欲をかきたてるような情報を発信している。今後も#giapponemonogatari のハッシュタグを活用しながら、訪日旅行の魅力を物語風に展開していく。
- ＊ 新型コロナウイルス感染症の拡大により、イベント等は開催できなかったものの、MISTRAL、KEL12、Idee per Viaggiare など多くのツアーオペレータが旅行会社向けに今後の訪日需要喚起のためのウェビナーを開催し、JNTO としても訪日情報を紹介するプレゼンテーション等を行った。



Instagram アカウントでの投稿例

【ロシア】

3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日ロシア人数は、前年同月比 52.1%減の 5,600 人で、2011 年以降最も減少。
- 2020年4月の訪日ロシア人数は、前年同月比 99.9%減の 20 人で、過去最大の減少。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月20日以降、ロシアにおいて外国への渡航禁止要請、主要都市における外出禁止措置等が発令されたこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、4月3日以降、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ 3月にロシア極東地域の2大都市ウラジオストク(3月5日)及びハバロフスク(3月6日)にて、日本の地方紹介セミナーを開催した。現地の旅行会社及びメディアを対象にし、北海道、東北、関西地方のプレゼンテーションを行った。両都市で合計 107 名が参加した。



ウラジオストクセミナーの様子

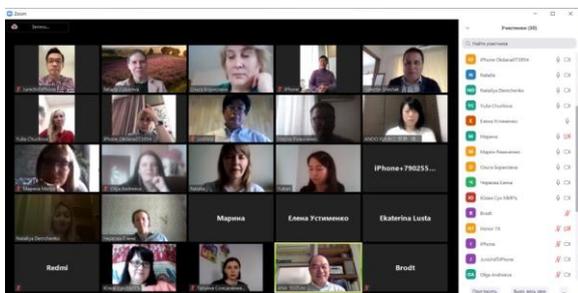


ハバロフスクセミナーの様子



セミナーに関する現地報道(ニュース)

- ＊ 4月29日、モスクワにて韓国政府観光局(KTO)と連携したウェビナーを実施した。B to B オンラインプラットフォーム「Sletat.ru」を利用し、冒頭で日本のコロナウイルス感染拡大状況について簡単に説明した後、訪日観光に関する基本情報(四季、ビザの取得、航空便、日本国内の交通等)及び各地方の観光情報を提供し、チャットボックスに寄せられた質問についても適宜回答した。視聴者は、欧州ロシアの複数都市から 100 社以上、合計 107 名となった。
- ＊ 4月28日ロシア極東地域の旅行代理店を対象にしたウェビナー・意見交換会を実施した。ウラジオストク、ハバロフスク、イルクーツク、サハリンから 42 名(31 社)が参加した。日本側から JNTO、航空会社(JL、ANA)が参加し、それぞれプレゼンテーションをした。ウェビナーは好評で GW(ロシアも連休)あけに再度開催の要望があった。



極東ウェビナーの様子(Zoom)



ANA ウラジオストク支店のプレゼン資料

【メキシコ】

3-4 月の市場動向トピックス

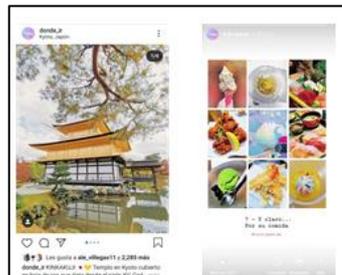
- 2020 年 3 月の訪日メキシコ人数は、前年同月比 70.40%減の 1,700 人であった。
- 2020 年 4 月の訪日メキシコ人数は、前年同月比 99.3%減の 60 人であった。
- 新型コロナウイルス流行に伴い、航空便の供給量の減少や、査証制限措置対象国の拡大で 4 月 3 日以降メキシコとの査証免除措置を一時停止する措置が取られたことにより訪日者数は 3 月、4 月ともに前年同月を大幅に下回った。

3-4 月の主なプロモーション活動

- ＊ 2019 年 11 月にメキシコの人気旅行雑誌を東京、石川、京都、奈良、千葉に招請し、作成した記事を 3 月に公開した。メキシコではゴールデンルートが人気であるが、テクノロジー、伝統的な寺社仏閣、お城・庭園、体験、旅館といった日本ならではのコンテンツが総じて好評を博した。一方で、ナイトライフ体験や特別で面白い体験を求める声もあり、今後のプロモーションに繋げていきたい。



Gin Media



THE HAPPENING

- ＊ メキシコ地方都市からの訪日旅行を推進するため、富裕層の多い地域であるグアダハラハラやレオンで開催された旅行会社向けトレードショー「Expo Mayoristas」及び「Travel Impressions」に参加し、メキシコレップ事務所と連携して日本の魅力を伝えるジャパンセミナーを開催した。初訪日層が多いこともあり、ゴールデンルートや富裕層向けの情報に参加者から高い関心が寄せられた。



ジャパンセミナーの様子 (Expo Mayoristas)

- ＊ 5 月 12 日時点で新型コロナウイルスの感染者が約 40,000 名となり感染が急速に拡大している。メキシコ政府は 4 月 21 日に感染状況のフェーズ 3 移行を公表、一部の地域で外出禁止令や学校閉鎖といった行動規制を 5 月末まで延長している。査証制限措置対象国の拡大でメキシコとの査証免除措置を一時停止する措置が 5 月末まで延長された他、5 月 16 日より日本への入国拒否対象国にも追加され、新型コロナウイルスが訪日旅行者数へ大きな影響を与えている。

【中東】

3～4月の市場動向トピックス

- 2020年4月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比99.9%減の20人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、中東地域各国の外出及び渡航規制、航空便の運休により、訪日者数は4月前年同月を大幅に下回った。

3～4月の主なプロモーション活動

- ＊ 2019年10月に締結したエティハド航空会社とのMOCに基づく共同キャンペーンの一環として、3月1日から19日までエティハド航空の機内エンターテインメントにおいて、フライト着陸前にJNTOが提供する1分間の映像、Enjoy My Japan “A Dream Comes True”バージョンを上映した。上映対象は約300,000席。



- ＊ 中東市場のメディア及びエージェンツ向け定期ニュースレターとして、3月号は富裕層向けの提案をテーマに実施した（配信数約11,300件、開封率16%）。ニュースレターは2019年は、計6回、英語、アラビア語、トルコ語の3種で配信しており、累計配信数は約67,700件、開封率18%となっている。3月のみ、状況を鑑みて、英語、アラビア語のみ配信。



- ＊ エージェンツも外出規制中は自宅待機のため、ヒアリングを中心に行い、希望するエージェンツには活動規制中にも在宅でできるEラーニング等を案内し、訪日旅行について研鑽を促している。
- ＊ 中東におけるコロナウイルスの感染拡大を防ぐ対策としては、3月8日よりUAEの全学校が封鎖、18日には海外への渡航の禁止、23日には国内においても許可のない外出は規制対象となり、他の中東諸国でも同等の規制が敷かれている。5月18日時点では中東全体のコロナウイルスの感染者は431,784人となっており、ラマダン期間中に一部規制が緩和された。
- ＊ 中東におけるコロナウイルスのプロモーションへの影響としては、6月28日から予定されていた中東最大級の旅行見本市Arabian Travel Market2020(於ドバイ)が2021年5月16日から18日へ延期。2020年10月20日から開幕され、中東開催としてはじめての万博となるドバイ国際博覧会が、2021年10月1日から2022年3月31日の開催へと延期となっている。