

【韓国】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日韓国人数は、前年同月比 98.6%減の 2,800 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日韓国人数は、前年同月比 98.9%減の 2,800 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。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 9 日～30 日の期間中、日本旅行愛好家コミュニティである「ネイルドン」とのタイアップにて、「My Dream Travel in Japan～私が夢見る日本旅行とは?～」をテーマに観光渡航が再開した後に実施したい日本旅行の画像やエピソードを募集した。キャンペーンページ閲覧回数は 4,614 回、投稿人数は 131 人に上った。また同時に実施したアンケートでは、海外旅行への高い需要や価格(コスパ)を重視する傾向からの変化が確認できた。



(ネイルドンキャンペーンページ)



(投稿画像)

- 渡航再開後の訪日を促進する動画『あなたを待ちながら』を作成。観光地、宿泊先、食事、体験など、訪日旅行で楽しめることを紹介するとともに、日本の各所にて韓国からの旅行者の来訪を心待ちにしているというメッセージを伝えるものとなっている。1 月より JNTO ソウル事務所の SNS を中心に発信する予定。



(メッセージ動画『あなたを待ちながら』)

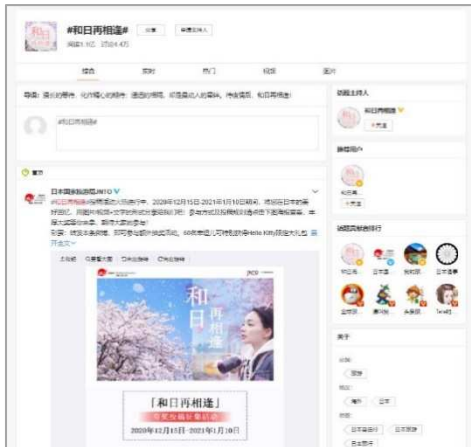
【中国】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日中国人数は、前年同月比 97.6%減の 18,100 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日中国人数は、前年同月比 97.4%減の 18,400 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている。2020 年 4 月 21 日以降、中国政府外交部より海外旅行自粛の指示が出されていることから、観光客の渡航は実質的に不可能な状況が続いているが、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、11 月 30 日から「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が運用されている。自国民の日本からの入国については、14 日間の施設での隔離等が求められている。日本への直行便は、11-12 月も引き続き大幅な運休・減便であった。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 微博において、一般消費者に過去の日本での思い出を投稿してもらうハッシュタグキャンペーン(#和日再相逢#、募集期間:2020 年 12 月 15 日~2021 年 1 月 10 日)、および情報拡散施策を実施。消費者目線の情報の量と露出機会を増やすことによって、コロナ収束後の訪日につなげるための興味関心度の維持向上、理解促進を図った。ハッシュタグ付きの全投稿の閲覧数は 1.2 億(1 月 20 日時点)を記録、一般消費者からは投稿やコメント等を通してアフターコロナの訪日を期待する声が多く寄せられた。



微博ハッシュタグページ



KOL やメディアからの拡散投稿



- 11 月 16 日~18 日に開催された 2020 中国国際旅游交易会 (CITM) に出展した。ブース内では、全国各地のパンフレットや浴衣の試着・撮影体験、「安全安心」に向けた日本での取り組みを紹介する動画放映などを通じて、アフターコロナの訪日に繋げるための情報発信を行った。



ブース外観



浴衣の試着・撮影体験

【台湾】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日台湾人数は、前年同月比 99.7%減の 1,200 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日台湾人数は、前年同月比 99.7%減の 1,000 人であった。
- 11・12 月も、新型コロナウイルス感染症の拡大により、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。11 月 1 日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診対象指定が解除されたものの、日本政府による 14 日間の隔離等、査証免除措置の停止の対象となっている。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9 月 8 日から「レジデンストラック」が運用されている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 9 日に北海道、11 月 30 日に山陰山陽、12 月 11 日に東北の魅力を伝えるための特設サイト及び動画を公開した。動画は日本人タレントを起用したものや、リモートで台湾人タレントが参加したものなど、コロナ禍ならではのものとなっており、いずれも将来の訪日意欲を掻き立てる内容となっている。また、11 月 7 日台北、11 月 28～29 日台北、12 月 12 日高雄、12 月 19 日台中において上記動画を用いて消費者に対して日本の魅力を伝えるためイベントに出展した。



(北海道キャンペーン特設サイト)



(11/7 台北イベント出展)

- 12 月 18 日～21 日に開催された高雄市旅行公会国際旅展(KTF)に、VJ ブースを出展した。ブース内では、全国から募集したパンフレットの配布や自治体等によるステージ PR のほか、「安心安全」の取り組みや、アフターコロナを意識したアウトドアアクティビティの魅力を中心に PR を実施した。来場者からは、いつ頃訪日できるかという質問が多く、アンケート結果では「日台往来再開後半年以内に訪日したい」割合が半数以上と、コロナ前と変わらない高い訪日意欲が伺えた。



(VJ ブース内の様子)



(ステージ PR の様子)

【香港】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日香港人数は、前年同月比 99.7%減の 500 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日香港人数は、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、香港政府による海外からの入境者に対する検疫措置の延長・強化により香港人の海外渡航の負担が増したこと等により、両月ともに訪日者数は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

- 訪日リピーターをターゲットに、将来の訪日旅行への意欲を継続喚起するため、香港人に人気の高い「グルメ」「温泉」「アクティビティ」を軸に、様々な年代で楽しむ日本の旅をテーマとした映像と香港市内での屋外広告を実施し、特設 Web ページにて映像撮影地の紹介と日本各地からのメッセージの発信を行った。

(<https://www.japan.travel/hk/hk/wemissjapan/>)



- 訪日リピーターをターゲットに、東北の新たな魅力を訴求するため、異なる季節で違った魅力を訴求する東北地方の映像をシリーズで制作している。その第一弾として、12 月に特設 Web ページを設置し、秋編の映像を公開した。

(<https://welcome2japan.hk/coupleintohoku/>)

- 訪日経験の少ない香港人若年層に向けて、日本が気軽に楽しむことのできる旅行先であることを訴求し将来の訪日意欲を喚起するため、12 月に映像と消費者キャンペーンを含む特設 Web ページを公開し、情報発信を行った。

(<https://welcome2japan.hk/youthgetinspired/>)



東北特設ページ



若年層向け特設ページ

【タイ】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020年11月の訪日タイ人数は、前年同月比 99.3%減の 1,000 人であった。
- 2020年12月の訪日タイ人数は、前年同月比 99.6%減の 700 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている(なお、タイに対する感染症危険情報のレベル 2 への引き下げに伴い、2020年11月1日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診等の対象指定が解除されていたが、緊急事態宣言の発令に伴い、2021年1月9日から同解除宣言が発せられるまでの間、上陸時の PCR 検査等が求められるようになっている。)。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年7月29日から「レジデンスラック」が運用されていたが、2021年1月14日以降、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、運用が停止されている。出国制限はないものの、タイ民間航空局はタイ政府が許可した臨時便、特別便を除き、通常旅客便の運航を引き続き禁止している。自国民の日本からの入国については、政府指定施設での 14 日間の隔離と入国後の PCR 検査受診等が義務付けられている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- ✳ SNS での情報発信
旅行に行けない現在においても、日本への親近感・潜在的な訪日意欲の向上を目的に Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>) での情報発信を継続して毎日実施中。



(さるぼぼ)
11/7 有ななお土産さるぼぼと共に、飛騨高山や下呂温泉等を紹介。フォロワーから自発的に、コメント欄に自分で持っている、または撮影した、さるぼぼ写真を投稿いただき、参加型の人気の投稿となった。
(約 4.2 万リーチ、2.8 千エンゲージメント、1.8 千いいね、70 コメント)

- ✳ 公式 LINE アカウント開設(12月17日FBより告知)
アカウントと友達になると、各地域の観光情報やモデルコース情報、人気コンテンツの特集記事、最新の感染症対策情報へのリンク等に、トーク画面より簡単にアクセスできる。



Facebook 告知広告画像



実際のトーク画面イメージ

- ✳ タイ旅行会社向けウェビナーの実施
12月～3月にかけて全6回実施。「高付加価値旅行の実現」をテーマに開催し、参加者より好評を博している。(第3回終了時点で約350名参加)



- ✳ タイ旅行会社向けウェブサイト制作
タイ旅行会社と日本側セラーの継続的な接点の場として、BtoB 情報発信プラットフォームを制作。日本側セラー(190団体申込み)の観光情報を集約、検索できるようにする。



2021年2月
公開予定

【シンガポール】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 99.7%減の 200 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 99.9%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、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9 月 18 日から「ビジネストラック」、9 月 30 日から「レジデストラック」が運用されている。また、シンガポールに対する感染症危険情報のレベル 2 への引き下げに伴い、11 月 1 日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診対象指定が解除されている。
- シンガポール政府から、一部の国を除き引き続き、海外旅行の延期勧告が出されている。自国民の日本からの入国については、11 月 22 日より、政府指定施設での 14 日間の隔離となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 4 日に、現地旅行会社を対象にウェビナーを実施した。ウェビナーには 30 名が参加し、JNTO シンガポール事務所の取り組みや今後の事業予定、直近で JNTO シンガポール事務所が実施した一般消費者向けアンケート結果の共有、現地旅行会社との連携についてなどを説明。コロナ禍において参考となりうる情報の発信や現地旅行会社とのネットワーク維持を図った。
- 10 月 30 日から 12 月 13 日にかけて、年間を通じて実施しているテーマ別オンラインキャンペーンの第 4 弾として、「子供と一緒に学び旅」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施した。テーマに沿った特設ページの作成、SNS 投稿キャンペーン、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。SNS 投稿キャンペーンでは、家族での訪日旅行において体験したことや学びがあったことに関するストーリーを写真と共に Instagram または Facebook で投稿することとし、300 件を超える投稿があった。
- 12 月 5 日、6 日に開催された、シンガポール最大級のアニメ・マンガイベント「AFA Singapore 2020 Online」にスポンサーとして参加した。例年オフラインで実施され大盛況となる当該イベントがコロナ禍においてオンラインでの実施となり、歌手やインフルエンサーなどの著名なゲストを招いたイベントがライブ配信された。JNTO シンガポール事務所は、現地でも人気のあるバーチャルユーチューバー「Moona Hoshinova」とのコラボで、日本に関するクイズを出題するライブ配信を実施。西武鉄道及び KADOKAWA との連携により配信内でアニメに関連した日本の観光施設についての情報発信を行い、4 千人を超える視聴者が参加した。2 日間で約 14 万 5 千人が当該イベントの特設ウェブサイトを訪問しており、当地でのアニメ・マンガの人気の高さがうかがえた。



ウェビナーの様子



「子供と一緒に学び旅」キャンペーンサイト

【マレーシア】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 99.4%減の 400 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比 99.6%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、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9 月 8 日から「レジデンストラック」が運用されているが、マレーシア政府から出された活動制限令により出国禁止が継続されている。自国民の日本からの入国については、マレーシアへの出発 3 日前にスワブ検査受検を条件に政府指定施設での 10 日間の隔離と入国時、隔離終了前の PCR 検査受診が義務付けられている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- JNTO マレーシアサイトにおいて 12 月 7 日よりマレーシア人を対象としたオンラインキャンペーン第二弾を実施。キャンペーンとあわせて、対象地域(今回は関東)のクイズを通して日本の認知度向上を図り、将来の訪日旅行の拡大を目的としたプロモーションを展開している。

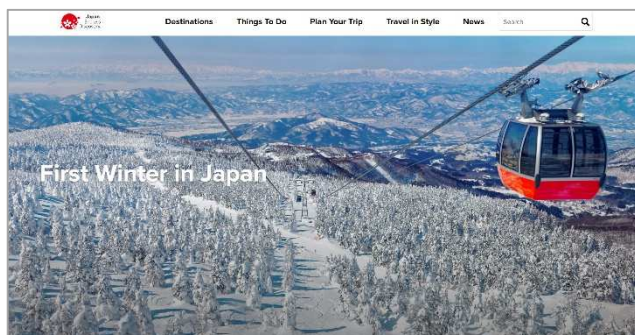


JNTO マレーシアサイト・キャンペーンページ

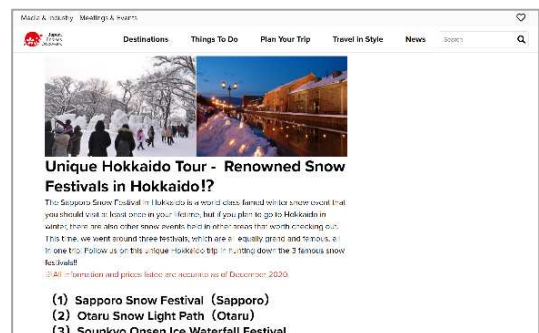


関東に関連するクイズページ

- JNTO マレーシアサイトにおいて、個人旅行者・リピーターに関心の高いコンテンツや地方ならではの地域コンテンツ、外国人向け交通パスを利用した旅行など広域での地方周遊ルート、および地域別のお祭り情報などの情報発信を行っている。



WEB コンテンツ掲載ページ



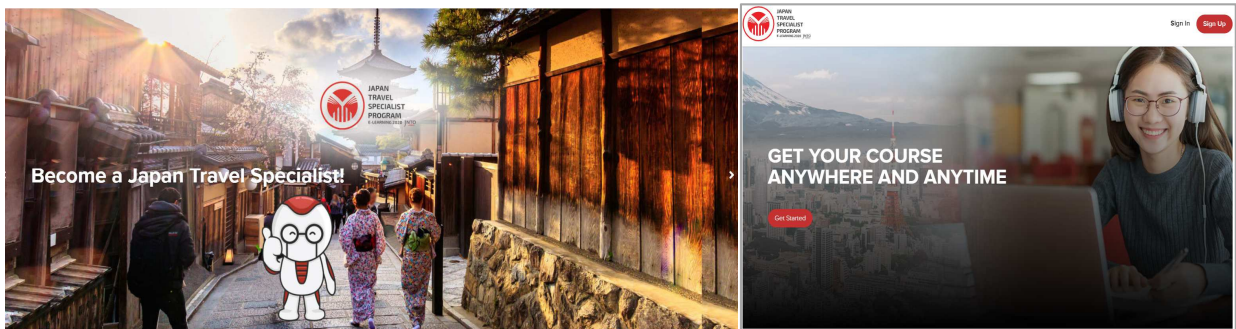
【インドネシア】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 90.9%減の 3,400 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日インドネシア人数は、前年同月比 94.4%減の 3,300 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 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。

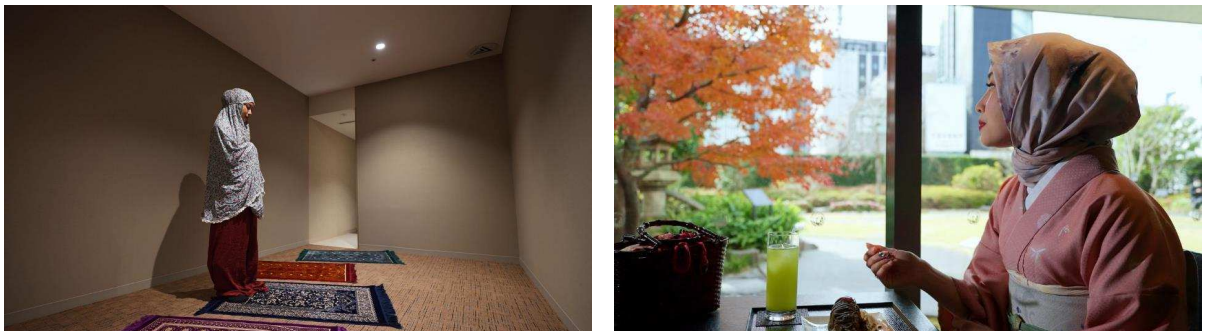
11-12 月の主なプロモーション活動

- ジャカルタ事務所では、11 月から E-learning システム「Japan Travel Specialist Program」を運用開始し、現地旅行会社販売員の訪日旅行分野の育成に努めている。E-learning 登録者数は、約 300 名（1 月 20 日現在）。



(E-learning ページの様子)

- ムスリム層の訪日観光における食事等の不安を払拭し、将来的なムスリム層の訪日旅行を推進するため、在日インドネシア人インフルエンサーを活用したプロモーション動画の撮影を行った。ムスリムフレンドリーに対応しているレストランやホテル、モスクやショッピング施設で撮影を行い、年度内に JNTO が運営するムスリムウェブサイト (<https://muslimguide.jnto.go.jp/id/>) やジャカルタ事務所が運営する Youtube チャンネルへ動画を掲載予定。



(撮影の様子)

【フィリピン】

11-12 月の市場動向トピックス

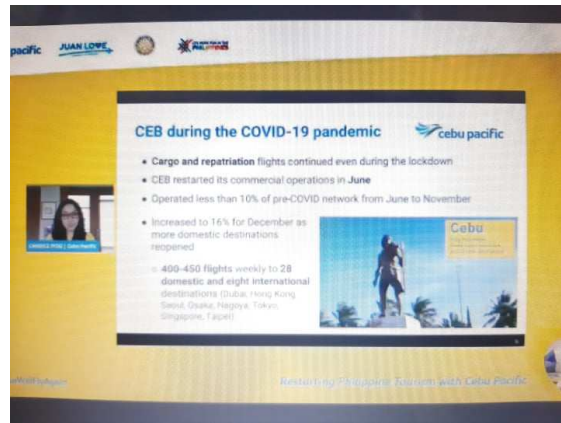
- 2020 年 11 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 97.4%減の 1,700 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 97.2%減の 2,300 人であった。
- フィリピンにおいては、10 月 21 日よりフィリピン人の自由な海外渡航が許可されたが、自国民の日本からの入国については、14 日間の隔離と入国時の PCR 検査の受診が義務付けられている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- JNTO マニラ事務所では、フィリピン市場向けの公式 SNS (Facebook・Instagram) を通じて、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を発信した。季節の花々やイルミネーションに関する投稿への反響が多かった。
- 12 月 9 日(水)、セブパシフィック航空と B to B 向けの Webinar を共催し、旅行会社を中心に約 100 人が参加した。JNTO マニラ事務所からは入国制限状況について情報提供を行い、セブパシフィック航空からは空港利用及び航空機搭乗の際の新ルールの説明の上、2021 年の見通し等のプレゼンテーションを行った。



JNTO マニラ事務所公式 Facebook での発信



B to B ウェビナーでの情報提供

【ベトナム】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 64.9%減の 14,700 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 48.7%減の 15,700 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている(なお、ベトナムに対する感染症危険情報のレベル 2 への引き下げに伴い 2020 年 11 月 1 日から上陸拒否及び上陸時の PCR 検査受診等の対象指定が解除されていたが、緊急事態宣言の発令に伴い 2021 年 1 月 9 日から同解除宣言が発せられるまでの間、上陸時の PCR 検査等が求められている。)。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として 2020 年 7 月 29 日から「レジデストラック」11 月 1 日から「ビジネストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、運用が停止されている。
- 日本への直行便は引き続き大幅な運休・減便となっている(日本行きのみ定期便が復便しつつあり、ベトナム行きはベトナム人の帰国用と日本人の専門家、駐在員等が搭乗する特別便のみ運行が許可されている)。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 18 日～21 日にかけて、ハanoiにおいて、旅行博「VITM (Vietnam International Travel Mart) Hanoi 2020」に VJ ブースを出展し、日本における新型コロナウイルス感染症対策の取組や日本の魅力の発信を行った。コロナ禍における開催だったが、6,000 人を超える人が VJ ブースを訪れ、日本への関心の高さが伺えた。



VITM VJ ブースの様子



VITM VJ ブースの様子

- 12 月 9 日、ハanoi事務所において現地旅行会社・航空会社・メディア等計 79 名に対してウェビナーを実施した。日本における感染症対策の取組、リニューアルした JNTO ベトナム語サイトの紹介等、旅行会社の業務の参考となる情報を発信した。アンケート結果では、満足度 97%、次回ウェビナーへの参加希望は 100%となった。
- ハanoi事務所では、11 月 5 日～16 日にかけて、ポストコロナの訪日旅行販売再開に関する第 2 回 Web アンケート調査をベトナム現地旅行会社等 41 社 74 名に対して実施した。観光の往来が再開するタイミングに向けて、変わらず高い関心があることを確認した。
- JNTO ベトナム語公式 Facebook では、引き続き感染症が終息した際の訪日につながるような情報発信を行った。



Facebook 記事

Date: 18-December

Content: 冬の味覚 スワイガニ

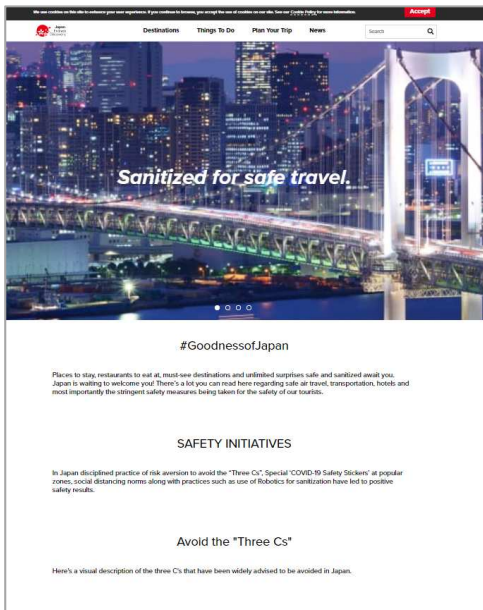
【インド】

11-12 月の市場動向トピックス

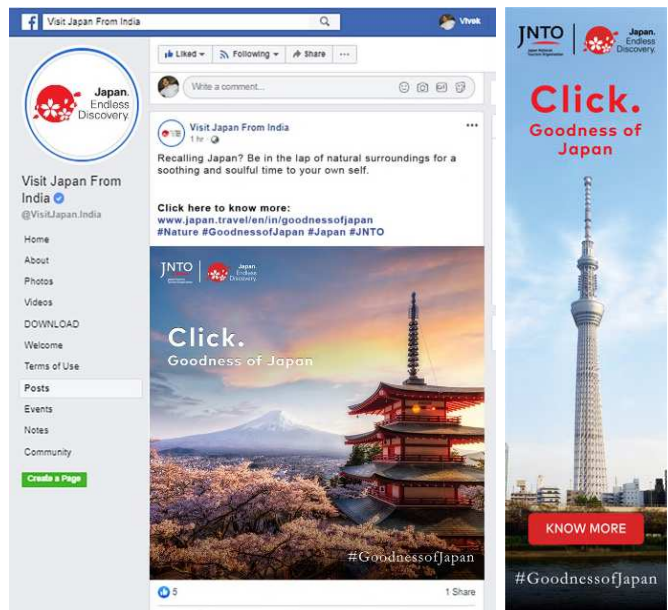
- 2020 年 11 月の訪日インド人数は、前年同月比 93.3%減の 1,000 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日インド人数は、前年同月比 86.4%減の 1,600 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、インドからの訪日者は日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。また、2020 年 3 月にインド政府より発令された海外渡航中止勧告が継続しており、インドへの入国者は PCR 検査陰性証明を相手国出国前 72 時間以内に取得すれば停留措置は免除され、14 日間のセルフモニタリングの実施のみとなる。日本への直行便は、11、12 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

11-12 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影響で、海外旅行が出来ない期間が長期化する中で迎えたインドの正月休暇にあたる 11 月に、「#GoodnessofJapan(日本の良さ)」というテーマで、オンライン広告を 1 か月間実施した。これに付随して、日本の「安心・安全・清潔さ」について三密回避や交通機関・宿泊施設での感染症対策を動画も交えながら紹介する特設ページをインド市場の公式サイト内に制作し、日本は安心して旅行できることを紹介した。



特設サイト



広告イメージ

- デリー事務所が運営する Facebook で、近隣の JNTO 海外事務所と協力し、自治体のオンライン体験動画を配信した。また九州観光推進機構や三重県等の各自治体と連携を強化し、各自治体が促進する観光地の投稿や、各政府系団体と協力したフォトコンテストや日本映画祭に関する投稿、ホテルでの冬季における感染症対策を紹介する投稿等を実施し、訪日旅行の情報発信を行った。

【豪州】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日豪州人数は、前年同月比 99.4%減の 300 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日豪州人数は、前年同月比 99.7%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、日本政府による 14 日間の隔離等、査証免除措置停止の対象となっている。また、2020 年 12 月 30 日以降、国内で変異ウイルスの感染者が確認された国・地域として、検疫強化の対象となっている。加えて、3 月 18 日以降、豪州政府により海外渡航禁止が発令されている。これらにより、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

- 12 月 11 日～13 日、シドニー事務所の Facebook 及び Instagram にて、家族やパートナーなど大切な人との訪日旅行の思い出をコメントしてもらい、抽選で 20 名に日本関連グッズが当たるキャンペーンを実施。プロポーズやハネムーン、親子三世代での旅行の思い出など、170 件を超える応募があった。
- 5 月の開始から引き続き、隔週で現地旅行会社向けオンラインウェビナーを実施。北陸信越地方のアウトドア、東北地方の歴史文化・自然をテーマとしたほか、アニメやポップカルチャーなど、新しい視点からも各地の紹介を行った。
- 富裕層を対象としたブローチャーを制作し、豪州現地人気雑誌 Gourmet Traveller12 月号（発行部数約 236,000 部）に差し込むとともに、富裕層向けのウェブページを作成するなど、富裕層向けに特化した情報発信を実施した。

<参考URL>

オンラインウェビナー

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLcl33WJ6mZGKKw04nBBJqDI2IbN3nXL22>

富裕層向けウェブページ

<https://www.japan.travel/en/au/experience/luxury-side-japan/>



Facebook/Instagram キャンペーン



ウェビナー



富裕層向けブローチャー

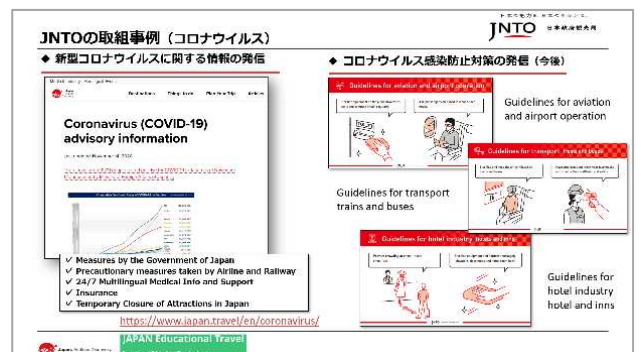
【米国】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日米国人数は、前年同月比 99.3%減の 1,100 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日米国人数は、前年同月比 99.1%減の 1,300 人であった。
- 11・12 月ともに 4 月からの日本政府による入国制限措置が継続している。また、日本政府は実施中の水際対策措置の実施期間を更新し、「当分の間」実施することを決定した。この決定により、日本に入国する日の過去 14 日以内に米国に滞在歴のある外国人は、特段の事情がない限り日本に入国することができず、11・12 月の実績値に大きく影響を及ぼした。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 米国の日本語学習者は世界第 8 位(166,905 人)と訪日教育市場の中でも有望な市場となっており、ロサンゼルス事務所では 12 月 3 日に米国の日本語教育に携わる教員及び教育関係者に向けて最新訪日情報やネットワークワーキングの機会を提供する「訪日教育旅行オンラインセミナー」を初めて実施した。日本から参加した(公財)東京観光財団や関西 5 府県(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県)などと連携しながら約 70 名の参加者に対して、日本で実施されている安全対策の取組や訪日教育に係る各種支援制度の紹介を行った。終了後のアンケートでの 90%以上の高い満足度を獲得。「日本の自治体とのコネクション形成の良い機会となった。」「教育旅行のプログラムや支援に関する情報が不足しているため、今後も継続的な開催を期待する。」といった声も多く聞かれるなど、日本の教育旅行に対する関心の高さを感ずる機会となった。



(JNTO プレゼンテーションの様子)

- 12 月 9 日、MICE 事業の取り組みの一つとして、アソシエーションプランナーを招いたバーチャルラウンドテーブルを開催。コロナ禍のなかでの現在の活動状況、2021 年の市場予測、日本への会議誘致のポテンシャルなどについて、フリーディスカッション形式でヒアリングを行った。今後も多くのイベントがバーチャルまたはハイブリッドでの開催されることが予想されることから、新しい形態の会議を企画・運営出来る開催地への関心の高さがうかがえた。「各都市と CVB、ホテルなどが一体となって受入体制を構築し、プランナーとのスムーズなコミュニケーションを取ることが必須だ」との声も多く聞かれ、日本への会議誘致の課題と可能性が見えた貴重な機会となった。

【カナダ】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.7 %減の 100 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.4 %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、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等の対象となっている。なお、カナダの一部の州が、2020 年 12 月 31 日以降、順次、国内で変異ウイルスの感染者が確認されたと政府当局が発表している国・地域として、2021 年 1 月末まで検疫強化の対象となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

◆ 【認知度拡大のための広告宣伝事業】

訪日経験のあるカナダの著名人（指揮者、カナダ版「料理の鉄人」シェフ、元オリンピックスキー選手、ラグビーカナダ選手）が日本の魅力を語る CM 用動画を制作し、エア・カナダ機内およびオンラインで配信している。ウェブ上に英語版と中国語版のランディングページを制作し、全ての動画を見られるようにするとともに、動画の視聴前後の訪日旅行に対する関心度の変化について調査を実施しており、今後のプロモーション活動に活用していく。



ジュリア・グリーンシールズ選手（ラグビーカナダ）の動画の一場面

Japan Through the Eyes of Canadian Celebrities

Japan is truly timeless, where ancient traditions meld in beautiful harmony with cutting edge technology and fashion forward trends.

The reasons to visit Japan are endless, as the country has something for almost every kind of traveler. Whether you can't wait to explore the Japanese history and culture at the many UNESCO World Heritage Sites, or to eat your way through the incredible cuisine, soak in an onsen hot spring or ride on the lightning fast Shinkansen trains, a trip to Japan promises amazing experiences around every corner.

With this series of short videos, we hear from five Canadian Celebrities about their experiences in Japan.

- CANADIAN IRON CHEF SUSAN LEE**
Prized as one of the "Iron Chefs of the Millennium" by Food52, 50-year-old Susan Lee is a professional chef and a former Olympic athlete. She has been named one of the "Top 100 Chefs in the World" by Food52 and has been named one of the "Top 100 Chefs in the World" by Food52.
- CANADIAN CONDUCTOR MARISSA KNUSS**
Marissa Knuss is an internationally renowned award-winning Canadian Conductor. In 2018, she was named one of the "Top 100 Conductors in the World" by MusicRadar.
- CANADIAN GOLD MEDALIST JIAN LIU BRASSARD**
Jian Liu is a former Canadian National figure skater. She has been named one of the "Top 100 Athletes in the World" by Sports Illustrated.
- ROBERT CANADIAN ANDREW LEE**
Andrew Lee is a professional triathlete and a former Olympic athlete. He has been named one of the "Top 100 Athletes in the World" by Sports Illustrated.
- ROBERT CANADIAN JULIA GREENSHIELDS**
Julia Greenshields is a professional triathlete and a former Olympic athlete. She has been named one of the "Top 100 Athletes in the World" by Sports Illustrated.

Watch them all within Air Canada's in-flight programming, or visit the link below.

www.LacStyle.com/My-Japan.html

エア・カナダ機内誌（紙面・デジタル版）での広報

Japan Through the Eyes of Canadian Celebrities

Japan is truly timeless, where ancient traditions meld in beautiful harmony with cutting edge technology and fashion forward trends.

The reasons to visit Japan are endless, as the country has something for almost every kind of traveler. Whether you can't wait to explore the Japanese history and culture at the many UNESCO World Heritage Sites, or to eat your way through the incredible cuisine, soak in an onsen hot spring or ride on the lightning fast Shinkansen trains, a trip to Japan promises amazing experiences around every corner.

With this series of short videos, we hear from five Canadian Celebrities about their experiences in Japan.

We want to know what you think!

We are conducting Attitude Change Research with this exciting new project. Before you view any of the videos, we would like to ask you a simple question. After you watch the videos, the survey continues below. It won't take long, and we encourage everyone to share their email address so we can show our appreciation with a short raffle to be held after the survey period closes.

Before watching the videos...

INDICATOR REQUIRED FIELD

PLEASE SELECT THE MOST APPLICABLE OPTION FOR HOW YOU SEE JAPAN AS A TRAVEL DESTINATION (CHECK ONE)

I don't see Japan as a travel destination.

I know Japan as a travel destination.

I'm interested in travelling to Japan.

I want to go to Japan.

I'm collecting information about travelling to Japan / booking a trip to Japan.

EMAIL*

DISCLOSURE: Email is for the purposes only. We will not give, sell or share your email address to any other party. You will not be signed up for any subscriptions. You will receive an email alert at the end of the survey period. Thank!

Submit

Canadian Iron Chef Susan Lee

Prized as one of the "Iron Chefs of the Millennium" by Food52, 50-year-old Susan Lee is a professional chef and a former Olympic athlete. She has been named one of the "Top 100 Chefs in the World" by Food52 and has been named one of the "Top 100 Chefs in the World" by Food52.

We are currently seeking an ambassador for Canada's 2020 triathlon season and we are looking for a triathlete who is passionate about triathlon and who is interested in representing Canada at the Tokyo 2020 Olympic Games.


WATCH

ランディングページ（英語版）

● 【ニュースレターを通じた情報発信】


メディア(約900名)並びに旅行業界関係者(約8,000名)向けにニュースレターを配信。11月に発行した冬号には、食、冬のお祭り、イルミネーションなどの情報を掲載し、日本の冬の多様な見どころを紹介した。

Winter 2020 Issue



News from the JNTO Toronto Office


WE WISH YOU THE VERY BEST FOR THE FESTIVE SEASON AND FOR A HEALTHY, HAPPY AND PROSPEROUS 2021!



With winter around the corner, we are all looking for ways to keep warm and keep ourselves entertained. In Japan the warmer tea in the cafes and illuminations that warm our palates and our spirits, and the activities that make winter the most wonderful time of the year.


Eel Cuisine

Unagi (grilled eel with rice bowl) are quite common, but in Yanagawa City, Fukuoka, the famous local specialty is **Unagi Sairo Mushi**, or steamed eel. The best time for eel is from autumn to winter! Steamed eel is prepared by placing grilled eel and thinly sliced fried egg, sauced and seasoned, over rice, and then steaming it in a bamboo steamer. The steam enables diners to enjoy it piping hot to the last bite and the eel's flavourful taste is better soaked into the rice. In Yanagawa City, there are many long-established eel restaurants, and each one has preserved its own traditional sauce and reputation. Most restaurants serve their sairo mushi in a vermillion steamer with the restaurant's name written on the side. Visit the [Yanagawa City Tourist Information Center website](#) for more information.



Winter Gems of Northern Japan


Winter is the most magical season in Japan. From the massive ice sculptures of the Sepporo Snow Festival to the giant Snow Monkeys of Aomori, you will be amazed. Enjoy scenic treasures from the stunning fireworks at the Ouchiyaku Snow Festival against the backdrop of the snow-blanketed Aizu area of Fukushima, to the Kakunodate Fire and Snow Festival of Akita in which participants swing large flaming baskets of hay around their heads while the sake soaks away at the ropes. The grounds of Aomori's Hiraoka Castle are romantically illuminated by blue and purple lights swirling from snow-sculpted lanterns, and for added romance the picturesque Ginzan Onsen town lights up the bath houses along the river. Further relax at the Zao Five Village in Miyagi with playful fluffy foxes luring the day away in the snow. Sip amazake in candle-lit Yukole Snow Hut (Yamakura Igloo) during the Yukole Snow Festival in Akita. If you crave more activity, scale 1000 steps to the mystical mountain-top temple complex of Yamanote in Yamagata. The panoramic views from above are straight out of a fairy tale. (See the [5 Winter Gems in Northern Japan](#).)



Just south of the Tohoku region is the famed Nagano Prefecture, renowned for its skiing and the 1998 Winter Olympics. Nagano City, designated as a Special City in Japan, is a winter wonderland of activity and culture that is not to be missed. Watch a video [here](#).

Winter Illuminations

Summer's fireworks are answered by winter's illuminations. Across Japan, light dazzles the glistening snow for a spectacular display of colour. The largest display of light in Japan is at the [Nabana no Sato Winter Illumination](#), where you can be mesmerized by a river of blue light, a lit up tunnel and trees, and an illuminated metaphorical sea of clouds. The [Sambal Heart of Starlight](#) is renowned for its Tunnel of Illumination, in which 800,000 lights are strung across four rows of towering zelkova trees along Jozeji-dori Street. These three every night, all the lights are switched off in unison, and then flicker back on for an unforgettable "Starlight Wink."



Christmas in Osaka includes 1.5 million lights and decorations that turn Nakanoshima Park and the two-kilometer walk down Osaka's main street, Midosuji Boulevard, into a veritable treasure trove for the Osaka Mikan Renaissance, a part of the Osaka Festival of Lights. One of the oldest illumination festivals in Japan is [Kobe Luminaire](#), which was originally a collaboration between the governments of Kobe and Italy. Over 200,000 lights across the city are individually hand-painted to beautify the cityscape. The [Aomori Bay Flower Fantasy](#) event is part light display and part laser show. Over 4 million lights are used to create stunning displays including tunnels of light, garlands and trains, not to mention the massive windmills in the park, one of which spreads its wings over 1,000 square meters.

Travel Advisory

On the top of everyone's mind is where and how can we travel safely. For the most up-to-date information on travel to Japan, we encourage you to visit our [Coronavirus Advisory page](#). Japan is taking this issue seriously and adhering to its responsibility. Follow this [link](#) to learn the latest measures being taken by the Government of Japan, travel and safety tips, and closures and resumption of attractions and events. We want everyone to feel safe.



JNTO Japan National Tourism Organization

For more information, please contact:
The Japan National Tourism Organization (JNTO)
Email: info_toronto@jnto.jp
Website: <https://www.japan.travel/en/>

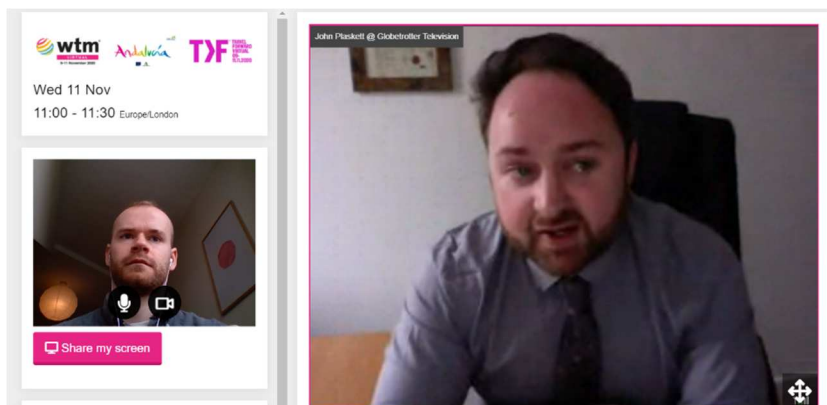
【英国】

11-12 月の市場動向トピックス

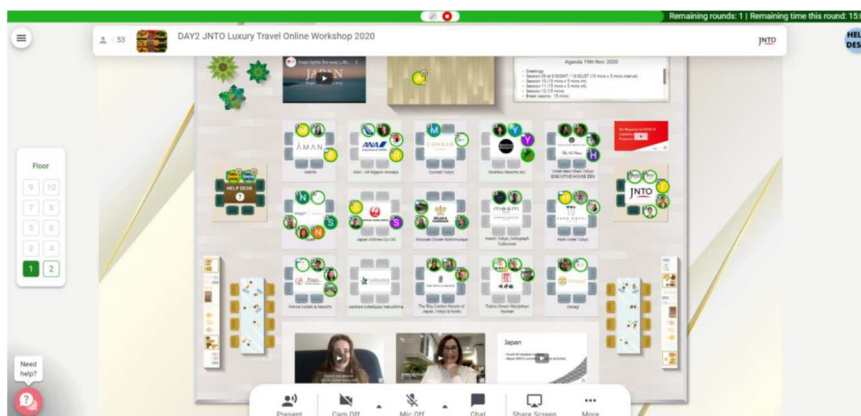
- 2020 年 11 月の訪日英国人数は、前年同月比 99.6%減の 300 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日英国人数は、前年同月比 98.6%減の 400 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、英国は、2020 年 12 月 24 日以降、変異株流行国として、当分の間検疫強化の対象となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- ✳ 2 回目のロックダウン施策が展開されるなか、11 月 9 日～12 日に、欧州最大規模のBtoB見本市、World Travel Mart (WTM)が初のオンラインで開催され、日本からの共同出展社等 12 団体と参加し、現地の旅行業界関係者やメディアとの商談を行った。度重なる海外渡航自粛勧告の変更により、夏季以降新規予約が入りにくい状況が続いているが、2021 年以降の送客に意欲的な有力旅行会社も多く見受けられた。
- ✳ 例年ロンドンで開催しているラグジュアリー商談会について、11 月 18 日～19 日にかけて、初めてオンラインで実施した。日本のラグジュアリーホテルセラー・航空会社および富裕層向け現地旅行会社が各 15 団体参加し、将来の訪日送客に向けて、熱心な商談が行われた。



WTM オンライン商談の様子



ラグジュアリー商談会のオンラインプラットフォームの様子

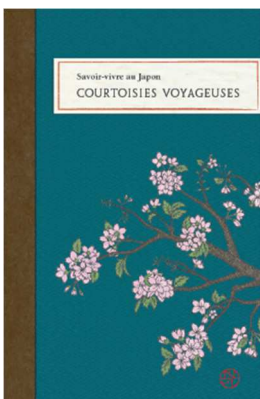
【フランス】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日フランス人数は、前年同月比 97.9%減の 500 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日フランス人数は、前年同月比 98.0%減の 400 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、フランスは、2020 年 12 月 30 日以降、当該国内で変異ウイルスの感染者が確認されたと当該政府当局が発表している国・地域として、2021 年 1 月末まで検疫強化の対象となっている。
- 日本への直行便は、2021 年 1 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 12 月 8 日から 12 月 10 日にかけて開催された MICE 商談会「IBTM World Virtual 2020」に JNTO ロンドン事務所と JNTO 本部と連携して出展した。この商談会は毎年リアル開催されているが、新型コロナウイルス拡大防止策として、2020 年はバーチャル商談会に至った。パリ事務所では 3 日間で 29 件の商談件数となり、入国規制の現状やオリンピック期間中の旅行可否、日本の COVID-19 の状況、2021 年イベント開催状況など意欲的な質問を数多く受けた。
- フランス人にとって、「日本」は自国とは全く異なった文化、作法を持つ国として認知されており、マナーや習慣についての問い合わせも非常に多く、フランス人訪日旅行者が旅先で正しい振る舞いができるよう、マナー啓発のパンフレットを 9 月に作成。単に「してはいけないこと」を羅列したパンフレットとするのではなく、日本のマナーの背景にある文化・歴史・習慣等を解説するなど、フランス人訪日客が日本の習慣などを捉えることができるアカデミックな内容でマナー啓発を行えるような内容にした。またパンフレットだけでなく、JNTO フランス語サイトにも特設ページを作成した。



(日本の習慣・マナー パンフレット)



(JNTO フランス語ウェブサイト マナーページ)

・デジタルパンフレット <https://partners-pamph.jnto.go.jp/simg/pamph/1285.pdf>

・マナーウェブサイト <https://www.japan.travel/fr/fr/savoir-vivre-au-japon/>

【ドイツ】

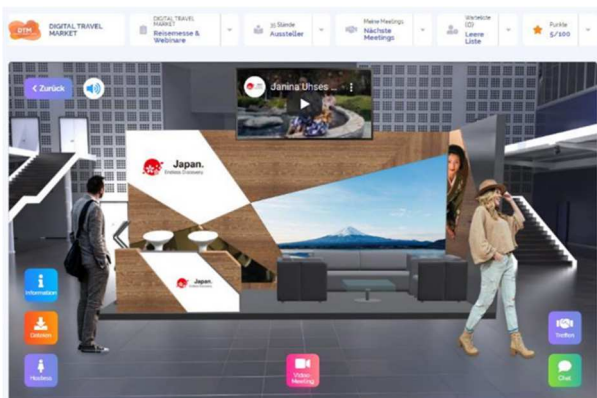
11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 98.5%減の 300 人で、前年同月を下回った。
- 2020 年 12 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 97.8%減の 300 人で、前年同月を下回った。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離 PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 5 日に開催されたオンライン商談会「Digital Travel Market」に参加し、商談及びウェビナーを行った。欧州やアジアの観光局等 28 団体がサプライヤーとして出展し、旅行会社やメディア約 20 人が参加した。ウェビナーでは、コロナを考慮した体験（キャンピングカー）・自然体験・ラグジュアリー向けコンテンツ・新規施設等を中心に取り上げ、聴講者に対して最新情報を発信することができた。

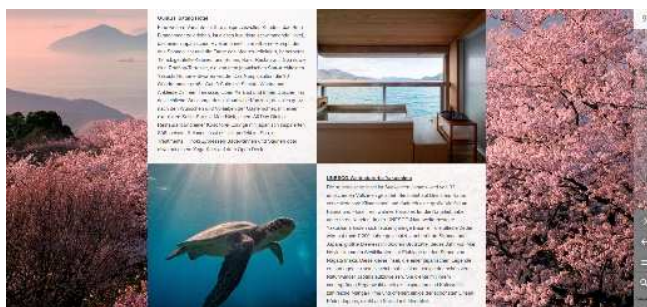
<JNTO ブースの様子>



<ヨーロッパエリアの様子>



- 2020 年 11 月から、ラグジュアリー旅行会社の販売員向け情報プラットフォーム「LuxusInsider」において、訪日旅行に関する学習コースを設置した。11 月から 12 月にかけて、体験プログラムを手配する日本側事業者の紹介や、瀬戸内・屋久島の体験コンテンツを取り上げた。1 月以降は、日本の冬をテーマに北海道や長野を取り上げる予定。12 月 6 日の聖ニコラウスの日（聖ニコラウスからプレゼントをもらえるとされるドイツの祝日）に合わせ、JNTO のドイツ語 Facebook にてフォロワーへのプレゼント企画を実施した。JNTO と連携実績のあるインフルエンサーが執筆した日本料理本や日本関連の小物を提供。2 回の投稿で合計 300 以上もの参加希望コメントや将来の訪日を待ち望む声寄せられた。



<LuxusInsider>



<Facebook のプレゼント企画>

【イタリア】

11-12 月の市場動向トピックス

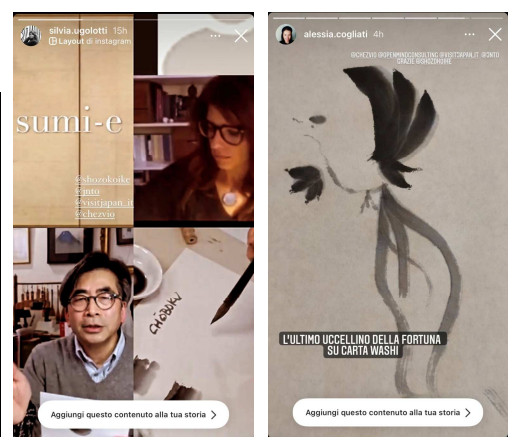
- 2020 年 11 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 99.2%減の 100 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 98.2%減の 200 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。イタリアは 6 月 15 日より欧州域内での移動が解禁、7 月 1 日より日本を含む 14 か国の欧州域外諸国（現在 8 か国）との国境が開放されたものの、日本の入国制限やイタリアが設ける自主隔離の規定が撤廃されていないため、事実上観光旅行はできない状況。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 12 月 10 日から 3 回にわたり、日本の伝統文化をテーマとするオンラインメディアイベントを開催。8 名のジャーナリスト、2 名のインフルエンサーに参加いただき、日本の最新情報を提供するとともに、墨絵ワークショップを実施し、参加者の SNS を通じて日本の伝統工芸の魅力を訴求した。
- 12 月 14 日、Travel Open Day が主催する Virtual Travel Exhibition World に出展、イタリアのツアーオペレーターや旅行会社など 38 社にウェビナーや商談を行った。日本への送客実績がほとんどない参加者が多かったため、今回のオンラインセミナーにおいては主に基本的な説明を行い、必要に応じて今後更に理解を深めていただくためのミーティング等を行うこととした。
- メディア・旅行会社向けニュースレターの配信、イタリア語 Facebook、Instagram の投稿などの情報発信による訪日需要の喚起を継続。



Zoom で実施したオンライン墨絵ワークショップの様子



ジャーナリストのインスタグラムでのワークショップについての投稿

【ロシア】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 94.7%減の 700 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 95.5%減の 400 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。自国民の日本からの入国については、帰国前 3 日以内に指定されたポータルサイトへの PCR 検査の陰性結果を登録した場合を除き、14 日間の隔離が義務付けられている。日本への直行便は、2021 年 1 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 15 日から JFEST オンラインイベントに参加し、情報発信活動を行った。2009 年より毎年開催されている大使館主催日本文化紹介事業 JFEST は、初のオンライン開催となった。昨年は週末 2 日間の開催で過去最大の 122 千名が参加したが、今年は 11 月 15 日より 3 週間の会期で「ワンクリックの距離の日本」と題し、オンライン歌舞伎やレクチャーなど 130 の企画で開催。JNTO はメディアパートナーとして、オンラインエクスカージョン 4 本(うち 1 本は生中継)および日本在住人気ブロガーによる Q&A、有名フィギュアスケート選手・エヴゲニア・メドヴェージェヴァによる日本観光のアドバイス Q&A を提供。11 月末までに 10 万人を超えるサイト訪問者があり、12 月 5 日の閉会式までにさらに訪問者が増えるよう SNS での告知を活発に行った。
- 11 月 15 日及び 25 日にウラジオストクのラジオ局 Radio Lemma にて、北海道(先月の続き、スキー編)および日本の着物の魅力をテーマにした訪日観光の特集番組を放送した。放送時間は各 50 分で、北海道は日本語通訳とブロガー、着物編はウラジオストク大学の教授により情報発信を行った。
- 11 月 25 日、ハバロフスクのラジオ局 Vostok Rossii にて、JNTO ハバロフスクのレップが、夜のゴールデンタイムに放送される番組「Japan on Air」にて 25 分間、日本全体の観光・文化魅力について説明した。番組終了後、視聴者から日本に行く方法、またいつ観光できるのか等、130 件の問い合わせがあった。
- 11 月 5 日にウラジオストクの有力情報ポータルと Fregat Aero 旅行社と連携し、日本フォトコンテストを実施した。作品受付は 11 月 26 日までで、審査(インスタグラムにてオープン式の投票)は 12 月 6 日まで、12 月 7 日に優勝者を発表。懸賞品は、1 位は往復航空券(ウラジオストクー東京)、2 位と 3 位はタンブラーやエコバック。
- 12 月にオウンドプラットフォームを利用したウェビナーを 3 回集中で BtoB、BtoC 向けに実施。各回のテーマを絞り(アウトドア・ウェルネス・ハネムーン)外部のスピーカーを招き Q&A やインタビュー形式で行った。視聴者の離脱率の低いウェビナーとなった。3 回の視聴者数はライブで 373 名、アーカイブは約 100 名(12 月 24 日現在)。
- ハバロフスクのロイズチョコレート(本社:札幌)と連携し、人気ラジオ局 Autoradio にて「北海道旅行」というテーマの訪日旅行を宣伝するラジオ番組を制作・放送し、訪日旅行認知度向上を図った。現地の有名なブロガーと日本文化愛好会をゲストスピーカーとして活用し、北海道のスキーを始め、札幌や旭川の観光地や交通の利便性について語り、北海道のクイズも行った。ラジオ局のインスタグラムでアンケートを行ったところ、回答者は 327 名に登った。

(1) JFEST2020 オンラインにおける活動



<JFEST ウェブサイト>



<JNTO による京都観光オンライン生中継>



<有名フィギュアスケート選手による訪日観光のアドバイス、人気プロガーQA 動画>

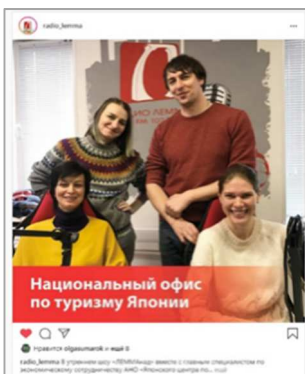
(2) 訪日観光魅力を紹介するロシア極東地域でのラジオ番組放送



② 北海道特集収録の様子(11月)



① 着物の魅力というテーマの番組収録の様子(11月)



④ クリスマスラジオ番組(告知)の様子(12月)

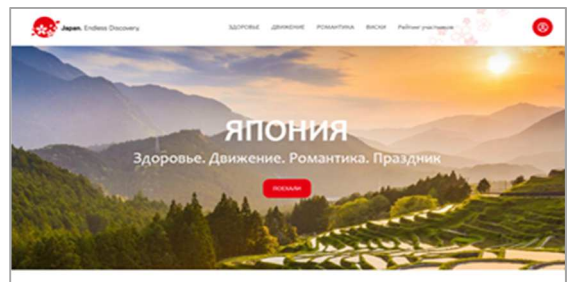


③ ロイズチョコレートと連携したラジオ番組の生放送の様子

(3) オウンドプラットフォームを利用したウェビナー



<アウトドア回・スキーについて語る外部スピーカー>



<ウェビナーサイト>

【スペイン】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 99.1%減の 70 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 98.6%減の 100 人であった。
- 11 月、12 月も、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、スペイン各地でのロックダウン等の規制強化のほか、日本政府による入国拒否、検疫強化等の対策が継続され、訪日旅行の実施は困難であった。

11-12 月の主なプロモーション活動

- ✳ 11 月 6、13、20、27 日、国際交流基金マドリッド事務所主催のイベント「Club de Lectura（読書クラブ）」において Ruth Ozeki 著の「あるときの物語」に出てくる地名に由来する観光情報の提供を行った。
- ✳ 11 月 19 日、6 回の訪日経験があるスペイン人カップルインスタグラマー Elena と Tony (アカウント名 OrangePassport) と日本のお勧めの旅行先等をテーマにライブチャットを開催。Instagram 上で OrangePassport に聞きたい日本で経験についての投稿を募り、投稿者の中から抽選で 2 名に Grupo Planeta 社発行の旅行ガイドブック”The Passenger:Japan” が当選する懸賞キャンペーンを実施。
- ✳ 11 月 4、25 日、12 月 16 日、JNTO マドリッド事務所及び CEAV(スペイン旅行会社連盟)による旅行業界向けウェビナーを開催(全 7 回)。同連盟との連携によるセミナーは 2017 年より毎年実施しているが、本年度はコロナ禍ということで初のオンライン開催となった。ウェビナーでは、JNTO のプレゼンテーションに加え、オンラインの利点を活かした自治体等によるプレゼンテーションも実施。最新の日本の観光情報の提供を行った。
特設サイト; <http://ceavjapon.com/>
- ✳ 12 月 1 日よりスペインの大手ウェディングポータルサイト“Bodas.net”と連携し、ハネムナー向け懸賞キャンペーンを実施。JNTO が先月リニューアル公開したハネムナー向け動画を視聴し、気に行ったシーンについて bodas.net の Instagram 投稿にコメントをした方の中から抽選で、ペアの法被や JNTO オリジナルのシールやノート、トートバッグ、訪日旅行ガイドブックが入った”Japan Box”が当選する内容。
- ✳ 11 月 26 日から 12 月 3 日を応募期間とし、JNTO マドリッド事務所公式 Facebook にて、好きな日本文化についてコメントした方の中から、Alex Pler 著作の日本に関する本”Hanakotoba”と”幸せ道“のセットが当選するキャンペーンを実施。
- ✳ 12 月第 3 週を”Manga Week”と称し、スペインのコミック出版社”Norma Editorial”と連携したマンガキャンペーンを実施。12 月 14 日から 19 日は公式 Instagram にてタイアップ投稿を行い、作者や編集者のインタビュー動画を掲載。多くのイェ！を獲得した。



国際交流基金マドリッド事務所主催の読書クラブイベント告知



(左)OrangePassport の Elena と Tony 訪日時の写真



(右)”The Passenger”



CEAV(スペイン旅行会社連盟)との連携ウェビナーのプレゼンテーション



(左)ハネムナー向け懸賞キャンペーンの賞品”Japan Box”の紹介



(右)”Manga Week”の Instagram 投稿画像例

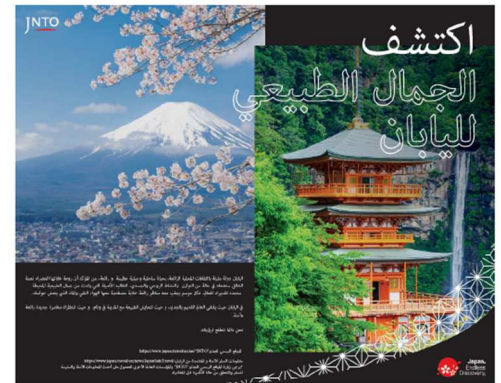
【中東】

11～12月の市場動向トピックス

- 2020年11月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比98.0%減の200人であった。
- 2020年12月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比98.2%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、中東地域各国も順次、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、アラブ首長国連邦、トルコ、イスラエル、を除く中東地域各国で国外へ渡航が引き続き規制されている。海外渡航が可能な国においても、日本への直行便は、大幅な運休・減便となっており、旅行需要は十分に戻っていない。また12月下旬には新型コロナウイルス変異種の拡大抑制の為、多くの国で国境封鎖の措置が取られた。このため、訪日者数は11月、12月ともに前年同月を大幅に下回った。

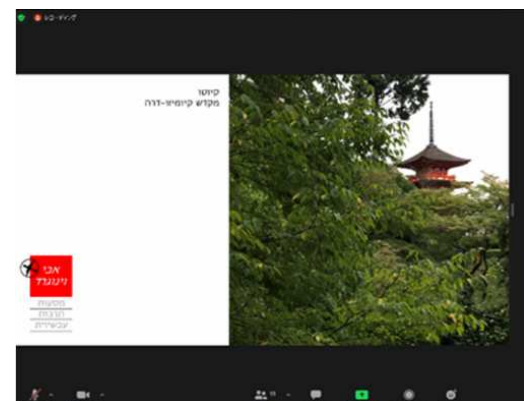
11～12月の主なプロモーション活動

- 【GCC】12月24日に中東地域の主要アラビア語新聞4紙(総発行部数662,193部)に広告を出稿し、9月の英語媒体への出稿とあわせて、計6媒体に広告を出稿した。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により訪日旅行客数は一定数に留まっているが、特にドバイにおいては観光への意欲自体は衰えていないため、広告出稿を通じて訪日観光が可能になった後の観光のPRを実施した。



新聞に出稿した広告イメージ

- 【イスラエル】11月10日(参加者24人)と24日(参加者16人)にオンラインセミナーを実施した、本年度は全5回のオンラインセミナーを実施したが、累計で105人が参加し、5人が全回に参加した。セミナーでは毎回日本文化の研究者やアーティストなどを講演者に迎え、食、四季、温泉、夏祭り、地理、神道といったテーマをとりあげ、テーマに縁のある広島、岐阜県八重津町、東京等様々な地域を紹介した。参加者からは更に深いテーマでのセミナーを求める声がある一方で、日本についてはまだまだ基本的な情報も必要とされている。参加者からのフィードバックを活かして、次年度の事業では訪日旅行の基礎知識をより体系的に学べるスキームの構築を検討している。



(オンラインセミナーの様子)

【メキシコ】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2020 年 11 月の訪日メキシコ人数は、前年同月比 99.1%減の 60 人であった。
- 2020 年 12 月の訪日メキシコ人数は、前年同月比 99.2%減の 50 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。日本への直行便は、引き続き大幅な運休・減便となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

● 【現地の新型コロナウィルス感染状況】

メキシコ保健省の発表した 1 月 18 日時点の新型コロナウイルスの累計症例数は 145 万人(死者数:約 14 万人)を超え、高い水準で推移している。日本への直行便は、全日本空輸のメキシコシティ～成田便が 12 月 1 日より、週 6 便から週 7 便に増便されたが、チャプター 11 (米国連邦破産法第 11 条)を申請しているアエロメヒコ航空のメキシコシティ～成田便については、2020 年 11 月末まで予定していた運休が 2021 年 1 月末まで延長された。

● 【ニュースレターによる情報発信】

メキシコ国内のメディア関係者(約 100 名)ならびに旅行会社(約 500 社)にニュースレターHola Japón を配信。11 月はトレッキング、紅葉をテーマとし、メディア 5 件の露出につなげた。また、12 月はラグジュアリー宿泊施設、温泉地をテーマとして日本の魅力を発信し、メディア 1 社が日本の温泉地を記事として取り上げた。



11 月に配信したニュースレター(抜粋)



12 月に配信したニュースレター(抜粋)