

市場動向トピックス

この「市場動向トピックス」は、JNTO 重点市場である 22 の国・地域について、各市場からの訪日外客数や当該市場における JNTO の主な活動を紹介するものです。

新型コロナウイルス感染症による国際的な交流が激減している現在の状況においても、各市場では、他国の政府観光局が自国への観光誘致活動を続けています。JNTO も、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日旅行の再開に向けて、日本が旅行先として選ばれるよう、認知の獲得や興味関心の喚起などを目指し、主として Web サイト、SNS などオンラインを中心とした情報発信等の活動を行っています。

2021 年 8 月

日本政府観光局 (JNTO)

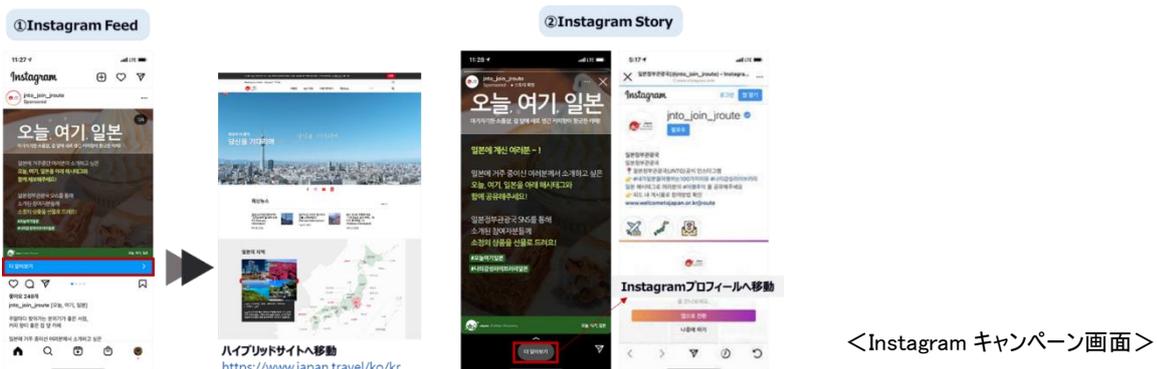
【韓国】

5-6 月の市場動向トピックス

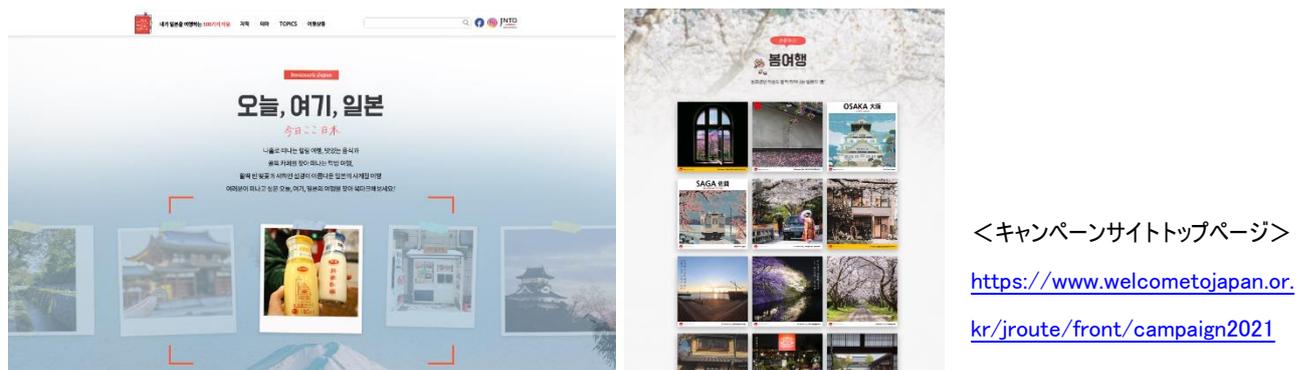
- 2021年5月の訪日韓国人数は、対2019年同月比99.8%減の1,000人であった。
- 2021年6月の訪日韓国人数は、対2019年同月比99.9%減の800人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本入国における検疫強化、査証の無効化等の対象となっている。国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020年10月8日から運用されていた「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」が、2021年1月14日以降、停止されたこと等も影響し、訪日者数は低調に推移している。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ これまで韓国在住の韓国人に向けて実施してきた SNS ハッシュタグイベントを、日本在住の韓国人にも対象を広げて実施した。渡航が叶わない状況下でも日本の様々な情報や素材を持っている日本在住者を巻き込むことで、SNS における日本情報の活性化を図った。キャンペーンの告知広告では、韓国在住者よりも日本在住者が高いクリック率を記録しており、関心の高さが窺えた。



- ✳ 「오늘, 여기, 일본(今日、ここ、日本)」をタイトルとした 2021 年度のキャンペーンサイトを公開した。このサイトでは、SNS の過去の投稿を、季節別、同行者(1人/家族)別、体験・ヒーリング等のテーマ別に整理して紹介しており、掲載しているスポットの URL および位置情報をあわせて記載することで、旅行計画時の情報収集にも活用できるようにしている。



【中国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 1,800 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 2,000 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、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。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 日から運用が開始された「レジデンストラック」及び「ビジネストラック」は、2021 年 1 月 14 日、緊急事態解除宣言が発せられて以降運用停止となり、宣言解除後も当分の間は停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、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、5-6 月も引き続き大幅な運休・減便であった。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ 5 月と 6 月も微信による情報発信を積極的に行った。5 月は 20~30 代女子旅向けに配信した「鎌倉の紫陽花」記事が閲読数、転送数ともにトップであった。また 6 月に配信した紫陽花の名所を紹介する記事も、閲読数では 2 位、転送数では 1 位であった。初夏の季節を感じる風景や花が、中国人にとっても癒される記事として注目を集める結果となった。



紫阳花又开了！充满回忆的镰仓，看海看花看小火车



梅雨季，她是日本唯一热烈的色彩

- ✳ 長沙ジャパンブランドへの出展

2021 年 6 月 5 日、6 日に湖南省長沙市の平和堂五一広場店にて開催された、長沙ジャパンブランドに出展した。2 日間にわたり日本関連の 17 団体、24 ブースが出展し、25,500 人の来場者を集めた。JNTO としてメインステージで日本酒セミナー及び酒蔵周辺の観光紹介を行うとともに JNTO ブース内で日本酒等の試飲会を実施、その他訪日情報発信、浴衣体験と写真撮影コーナーを設置し、2 日間で 9,607 人がブースを訪れた。



【台湾】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日台湾人数は、2019 年同月比 99.9%減の 300 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日台湾人数は、2019 年同月比 99.9%減の 300 人であった。

5・6 月も、新型コロナウイルス感染症の拡大により、訪日者数はコロナ禍以前の 2019 年同月を大幅に下回った。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おり、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、当分の間、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、9 月 8 日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降運用が停止されている。さらに 5 月中旬から始まった台湾域内感染による警戒レベルの引き上げ(4 段階中上から 2 番目に厳格、7/26 まで)に伴い、屋内 5 人屋外 10 人以上の集会禁止、市場やスーパー入場制限等、厳しい規制がされているが、6 月後半以降、状況が落ち着いてきたことから、一定の条件下で台湾域内団体旅行解禁等、段階的な緩和が進められている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 15 日付の FB 投稿で、360 度全景影片(360 度撮影動画)の発信を行い、再生回数は 3,500 回を超え、美しい等のコメントが寄せられた。渡航が出来ない中、SNS 上で日本の景色を体感してもらうため、デバイスを動かすことにより 360 度見ることができる新たな手法で、弘前公園の満開の桜並木を撮影、投稿した。



(360 度撮影動画)

- 6 月 11 日から 7 月 11 日まで Facebook 及び Instagram で「届け私の願い！絵馬キャンペーン」を実施した。コロナ禍で訪日できない台湾の消費者に、SNS 上で、絵馬に願い事を書く日本文化を体験してもらい、絵馬は後日日本の神社に奉納し成就祈願をする。「早く日本でおいしいものを食べたい」「日本の温泉に入りたい」等 150 以上の投稿の中から抽選で 30 名に和柄のマスクをプレゼントし、SNS のフォロワー増加を図った。



(募集用キービジュアル)



(投稿例とプレゼント)

【香港】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日香港人数は、前年同月比 100.0%減の 70 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日香港人数は、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より、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象が続いている。香港政府からは海外からの入境時の PCR 検査等の受診及び 21 日間のホテルでの隔離(6 月 30 日より抗体検査陽性証明保持者は 7 日)等が義務付けられているだけでなく、レジャー目的の訪日旅行が実質不可能となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 22 日、香港の訪日旅行取扱大手旅行会社に対して、コロナ後に向けた最新ホテル情報に関するウェビナーを実施。訪日旅行市場が既に成熟期にあり各社独自の商品開発による競争下にあること、また旅行会社各社ともに無給休暇が継続している状況をふまえ、香港事務所では、ウェビナー参加の意向がある旅行会社へ実施内容の要望を聞き、各社個別に実施するスタイルを 2 月から継続している。
- 日本への親近感および将来の訪日意欲向上と、新規ファンの増進を目的に、SNS での情報発信を継続して毎日実施中。Instagram においては、毎月 UGC を活用したプレゼントキャンペーン(#visitjapanhknow がつけられた投稿をリポストし反応の良かった投稿をしたユーザーへプレゼントを贈るキャンペーン)、および、5 月 28 日～6 月 9 日にかけて日本の夏をテーマに日本でやりたいことをコメントしてもらうユーザー参加型のキャンペーンを実施した。
- 日本でも話題の傾向にある昭和レトロブームが、香港の若者を中心に浸透し、昭和のレトロ雑貨を内装に使用した店舗等やメディアでも取り上げられている傾向をふまえ、日本のレトロスポットをテーマにした一般消費者参加型のオンラインプロモーションを実施。日本の最新レトロスポット紹介に加え、日本各地の様々な年代を代表するレトロスポットに関する一般消費者アンケート調査(人気投票)に基づくコンテンツ制作を実施し、訪日旅行ができない期間でも訪日旅行意欲を維持向上するキャンペーンを行った。

<https://welcome2japan.hk/alwaysareason/june2021/contents/>



【タイ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021年5月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.8%減の200人であった。
- 2021年6月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.8%減の100人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による14日間の隔離・PCR検査受検等、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、2020年7月29日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021年1月14日以降、当分の間、運用が停止されている。なお、2021年6月4日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後3日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。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、最低14日間の隔離が義務付けられている。

5-6 月の主なプロモーション活動

＊ SNS での情報発信

往来ができ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実施中。



(アニメの銅像があるスポット紹介)
5/20 アニメキャラ、ゆるキャラ等、馴染みのあるキャラが人気の投稿となった。コメントには訪日時の写真が投稿され、高いエンゲージメントとなった。
(約 68 万リーチ、9.7 万エンゲージメント、1.4 万いいね、409 コメント、1,789 シェア)



(みちのくアジサイ園)
6/10 「花」系コンテンツを好む人が多く、色合いがはっきりしていて、6月の投稿の中でエンゲージメント率が最も高い人気の投稿となった。
(約 83 万リーチ、11 万エンゲージメント、1.9 万いいね、262 コメント、941 シェア)

＊ タイ駐在旅行業界関係者による旅行会社セールスウェビナー

6月17日に日本側観光事業者向けにウェビナーを実施し、245名の方々にご参加をいただいた。現地からのライブによるコロナ情勢やタイ旅行会社の現状やニーズについて情報提供し、参加者からは高い評価を得た。

タイ駐在者によるタイ旅行会社セールスウェビナー

15:00 (日本時間) より開始します



富士急株式会社
バンコク駐在員事務所 所長
山下 史貴氏



株式会社プリンスホテル
バンコクオフィス 所長
上島 正弘氏



SMI Travel
執行役員アジア統括
静岡県観光連絡員
山口県観光プロモーター
上才 泰尚氏



【司会】
JNTO/バンコク事務所 次長
田前 清典

【今後の展望】

「いつ日本に行けるの??」
最近、旅行会社やタイ人の友人から一番多く受ける質問です。

日本への憧れ、訪問意欲は衰えていない。
“オールジャパン”で情報発信し続けていくことが大切。

- ① 旅行会社からの質問
感染症対策⇒日本の最新情報へのシフト
- ② 定期的な情報発信が必要
まずはBtoC、往来再開の動きを見つつBtoBを加える
- ③ 航空会社の動向に注目 (個人旅行化が更に加速?)

【シンガポール】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 99.9%減の 40 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 99.9%減の 40 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。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 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」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、当分の間、運用が停止されている。また、シンガポールから日本への入国に当たっては、2021 年 1 月 31 日以降、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。
- シンガポール政府から、引き続き、日本への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、出国前 72 時間以内及び入国時の PCR 検査受検、政府指定施設での 14 日間の隔離、隔離中 3 回の自主検査及び隔離終了前の指定された日の PCR 検査受検が義務付けられている。(5 月 7 日以降、政府指定施設での隔離は「14 日間」から「21 日間」に延長、PCR 検査受検については、「出国 72 時間前以内/隔離終了時」に加えて、「隔離 14 日目および隔離終了時」の義務付けであったが、隔離期間については、6 月 23 日 23:59 以降、PCR 検査については、6 月 27 日 23:59 以降、前述の対応となった。)

5-6 月の主なプロモーション活動

- 2020 年から継続実施中のテーマ別キャンペーンの一環として、6 月 25 日より 8 月 6 日までアニメ・マンガをテーマとしたオンラインキャンペーン (<https://japanbyjapan.com/yourjapan/isekai/>) を実施中。アニメ・マンガ愛好者層の間で流行中の「異世界」ジャンルに着目し、日本のまるで「異世界」のような撮影スポットを紹介。同時に、日本で撮影した「異世界」写真を募集したところ、7 月 26 日時点で 2,600 件超の応募があった。本キャンペーンでは、人気コスプレイヤー RITHE 氏を起用し、告知・オンラインイベントへの出演等を行っている他、今年 10 周年を迎える人気アニメ「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない。」の舞台となった秩父を沿線に有する西武鉄道ともタイアップしている。
- シンガポールで人気の「ドリームクルーズ」が 6 月 20 日から 9 月 18 日まで日本をテーマとした無寄港クルーズを運航。JNTO が企画段階における情報提供、告知、事前の SNS キャンペーン等で協力した。訪日出来ない期間が長期化する中でも、消費者間で訪日意欲が高まっていることを受け、本クルーズでは疑似訪日旅行を提供。デッキ一面のバンダー畑、様々なアトラクションやワークショップ、日本食の提供等を通じて、訪日旅行に行ったような感覚を味わえる内容となっている。



アニメ・マンガキャンペーンページ



ドリームクルーズ船内写真

【マレーシア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比%99.8%減の 100 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 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、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、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、2020 年 9 月 8 日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、当分の間、運用が停止されている。なお、2021 年 6 月 4 日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対するインドで初めて確認された変異株 B.1.617 指定国・地域のうち、現地の感染状況、我が国の空港検疫での検査における判定状況等を総合的に判断の上、高い懸念がある国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目及び 6 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。

マレーシア政府から出された活動制限令により日本への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 日前のスワブ検査と入国時の PCR スワブ検査、14 日間の隔離及び隔離施設退出 2 日前の PCR 検査受検が義務付けられている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- コロナ禍によるトレンド変化等を見据えたインセンティブ旅行先としての認知度向上・促進を図ることを目的に、6 月 9 日に旅行会社、航空会社を対象としたウェビナーを開催した。133 名が視聴し、JNTO から関東エリアの安心・安全に関する情報やポストコロナを見据えた新規コンテンツに関する情報を提供し、(公財)東京観光財団より MI(ミーティング、インセンティブ)向けの最新情報を参加者へ提供し、参加者より好評を得た。アーカイブリンクは <https://www.youtube.com/watch?v=Vg3ZwY84bC8&list=PLnAkeZRK0FJGL7f4419fm9L4S2O7c7QG1>
- 2020 年度に実施したオンラインキャンペーンで試験的に運用していた Instagram アカウントを、6 月 15 日より公式アカウント「@visitmyjapan」として運用開始した。今後は、ユーザーの関心を集めるようなクオリティの高い写真の投稿を通じて日本の多様な観光魅力を発信し、日本への興味・関心そのものを高めていくとともに、ストーリーズ投稿を活用してユーザーコミュニケーションの活性化を図っていく。リンクは <https://www.instagram.com/visitmyjapan/>



(左)JNTO クアラルンプール事務所
公式インスタグラムアカウント
@visitmyjapan
(右)ウェビナー時の様子

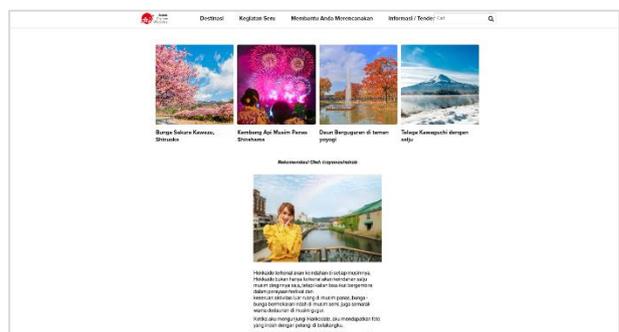
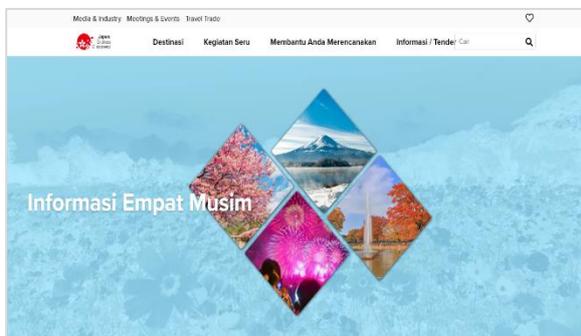
【インドネシア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 99.9%減の 300 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 99%減の 500 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 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。2021 年 7 月 9 日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間、日本入国に際しては、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目及び 6 日目及び 10 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ★ ジャカルタ事務所公式 Web サイトに四季にフォーカスしたページを公開した。
(<https://www.japan.travel/id/informasiempatmusim/>)インドネシア人に人気のある自然やアクティビティなどについて、日本の四季と掛け合わせて日本各地を取り上げた。また、KOL(元 JKT48 のシャハブ・彩葉氏)とも連携し、季節に関連する彼女自身の日本での体験を併せて紹介することで、訪日旅行への興味関心の向上および情報発信の強化を図った。



<公開した Web サイトのページ>

- ★ JNTO ジャカルタ事務所公式 Facebook 及び Instagram において、消費者参加型キャンペーンをスタートさせた(実施期間 6 月 30 日~8 月 20 日)。AR フィルターを使って、日本の観光地・コンテンツを体験してもらい、その写真を SNS に投稿してもらうというもの。
コロナ禍で日本に訪れることができない中でも、訪日旅行への興味関心を向上させることを図る。

(<http://www.jelajahjepangdarirumah.co.id/>)



<投稿の際に使用できるフィルター>

【フィリピン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 99.0%減の 600 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 99.1%減の 400 人であった。
- 日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。なおフィリピンにおいては、2020 年 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 PCR 検査の受検が義務付けられている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ JNTO マニラ事務所では、将来の訪日旅行再開時に向けて、フィリピン市場向け公式 Facebook 及び Instagram を通じた情報発信を毎日実施。中でも、色鮮やかな花畑や、アート関連の投稿への反応が多く見られた。

・Facebook: <https://www.facebook.com/visitjapan.ph/>

・Instagram: <https://www.instagram.com/visitjapanph/>



Facebook(5月18日)
北海道/北竜町ひまわりの里



Facebook(6月10日)
石川県/金沢 21 世紀美術館

- ✳ 5 月 7 日に PIATA(フィリピン国際運航運送協会)所属の旅行会社を対象としたウェビナーを、また 6 月 29 日には ANA と共同で現地旅行会社向けウェビナーを実施し、5 月は 99 人、6 月は 160 人に参加いただいた。日本における入国規制状況のアップデートに加え、新たなデスティネーションの紹介として、東北地方の観光魅力等に関する情報提供を行った。



ウェビナーの様子

【ベトナム】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 99.0 %減の 400 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 98.9 %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 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 検査受検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 日から当分の間、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、当分の間、運用が停止されている。2021 年 7 月 1 日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目の再検査等、2021 年 6 月 4 日以降にインドで初めて確認された変異株 B.1.617 指定国・地域のうち、現地の感染状況、我が国の空港検疫での検査における判定状況等を総合的に判断の上、高い懸念がある国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目及び 6 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 5 日より、「Nhật Bản tôi yêu(ニヤット・バン・トイ・ユー;私の愛する日本)」オンラインキャンペーンを開始した。第 1 弾では、在ベトナム日本国大使館と共催で、2021 年 5 月 5 日～7 月 5 日にて、ベトナム在住の方々の「日本愛」を写真またはエッセイで表現したものを募集するフォトコンテストを実施。6 月末時点で 1,400 件を超える応募があった。富士山や桜、城などの日本らしいものや、雪景色・紅葉など四季を感じられる写真が多く寄せられた。(<https://www.japan.travel/vi/vn/nhatbantoiyeu/>)
- 第 2 弾では、日本在留のベトナム人ユーチューバーを起用し、日本の現在の観光地の様子と地方の魅力を伝えるために石川県、岐阜県、富山県にて撮影を行い、5 月 21 日に動画を公開(石川県撮影分は 7 月頃公開予定)。関連動画は、6 月末時点で計 150 万回以上再生された。
(<https://www.japan.travel/vi/vn/nhatbantoiyeu/movie-phan-1/>)



フォトコンテストの広告



日本在留ベトナム人ユーチューバー
Gokku Egao(ごつく・えがお)さん
※禁転載

【インド】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 97.5%減の 500 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 70 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 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、2021 年 5 月 10 日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目、6 日目及び 10 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。また、2021 年 5 月 14 日以降、当分の間、再入国も禁止されている。インド政府から発令された海外渡航中止勧告と観光目的以外の人的往来を可能とする二国間協定等による臨時便を除く国際旅客便の運航停止が継続している。

5-6 月の主なプロモーション活動

- Facebook で新型コロナウイルスに対する安心・安全の取り組みを紹介

「#GoodnessofJapan」キャンペーン(日本の良さをインドの消費者に認知していただき、コロナ後の日本訪問をイメージしてもらうプロモーション)の一環として、Facebook(<https://www.facebook.com/VisitJapan.India>)にて日本国内における各事業者の安心・安全の具体的な取り組みの様子を投稿した。これら安心・安全に関する投稿は、オーガニックリーチやオーガニックインプレッションが、キャンペーン以外のインド市場 Facebook 投稿の平均に対して、約 39%高い結果となった。このように新型コロナウイルス感染症の影響下では、感染拡大防止の観点から、安心・安全の取り組みに関する情報への関心は高く、引き続き Facebook を通じて様々な事業者の取り組みを紹介していく予定である。

インド市場 Facebook <https://www.facebook.com/VisitJapan.India>



(株式会社プリンスホテル)
6/11 新たな衛生・消毒基準「Prince Safety Commitment(プリンス セーフティー コミットメント)」を紹介する動画を投稿した。



(東日本旅客鉄道株式会社)
6/17 投稿した「Safe and Amazing travel to Japan」の動画では、消毒や車内換気など安心・安全に関する情報と共に、JR East Pass や Suica といった旅行情報を紹介した。

【豪州】

5-6 月の市場動向トピックス

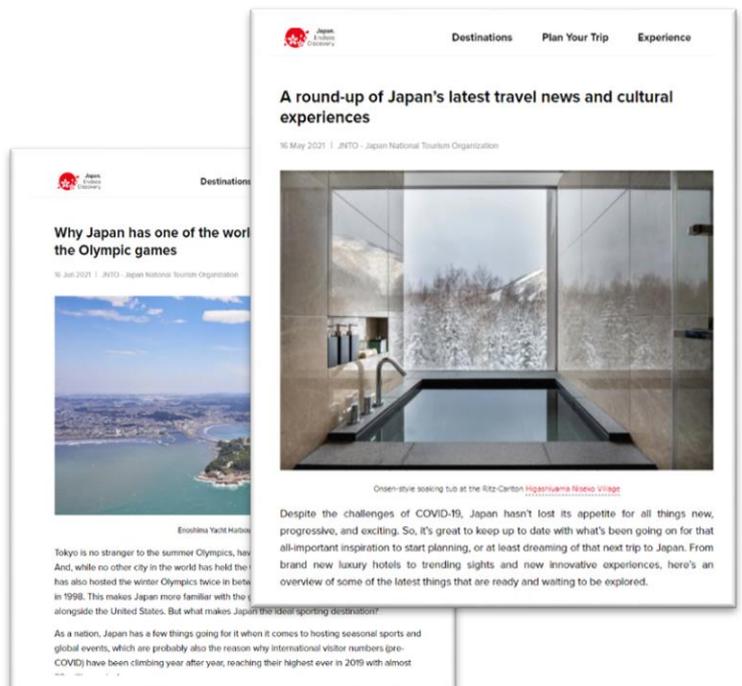
- 2021 年 5 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 90 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証免除措置停止、検疫強化の対象となっている。加えて、2020 年 3 月 18 日以降、豪州政府により海外渡航禁止が発令されている。これらにより、訪日者数は 5 月、6 月ともに 2019 年同月を大幅に下回った。

5-6 月の主なプロモーション活動

- メルボルン及びシドニーで開催されているスキーやスノーボード旅行に特化した一般消費者向け旅行博「Snow Travel Expo」に出展し、北海道を始めとした日本各地のスキーリゾートについて情報提供を行った。また、JNTO ブース来訪者に対してアンケート調査を実施したところ、日本のスキーリゾートを選ぶ際の要素・理由としては雪質だと回答する人が多く、次いでロコミ、アクセスの良さ、地形(スキーコース)の豊富さとなり、これらは今後のプロモーションにおいて、他国と差別化するポイントになると考えられる。
- 豪州の有カメディアに向けて、最新の日本の魅力を紹介するメディアリリース「The Japan Hot List」を配信。5 月号においては、新規開業ホテル等の特集、また、6 月号においてはオリンピックに関連し、スポーツ関連の特集を掲載した。



Snow Travel Expo シドニー会場での様子



「The Japan Hot List」5月号(上段) 6月号(下段)

【米国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比-99.4%減の 1,000 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比-99.3%減の 1,200 人であった。
- 5・6 月ともに、2020 年 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。新型コロナウイルス感染症拡大防止のための原則として全ての国・地域からの新規入国を拒否しているほか、「国際的な人の往来再開に向けた段階的措置」についても、当分の間運用停止とされている。また、検疫の適切な実施を確保するため、航空機の搭乗者数を抑制し、入国者総数を管理しており、これらの措置が 5・6 月の実績値に大きな影響を及ぼした。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ロサンゼルス事務所では、ワクチン普及を背景として旅行需要の回復基調が続く米国において、特に旅行需要の回復が早いと考えられる富裕旅行層の訪日促進を目的として、富裕旅行層向けの旅行会社を対象としたオンラインバーチャルツアー（ファムトリップ）を国内自治体等の協力を得て 5 月から実施している。パワーポイント資料を主体とした従来のウェビナー形式ではなく、地域に精通したプロのガイドがライブ配信で名所や体験・富士山を一望できる高級旅館（静岡県）宿泊施設を紹介し、視聴者からの手配に関する質問も実地で回答するなど、ライブの特色を生かした臨場感や双方向性が好評を博し、毎回約 250 名が参加した。富裕層対応としては、通常、インバウンド対応を行っていないが、高いクオリティーを有する施設や体験が特別に提供されること、ハイヤー・宿泊施設・レストランの優先予約や貸し切り対応といった特別感や柔軟性が重要という声も視聴者から聞かれ、こうした知見を今後のプロモーションに活かして参りたい。
- ニューヨーク事務所では、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催前月の 6 月から開会式までの間、米国内での東京五輪の独占放映権を持ち、7,000 時間の放映を予定している NBC 各局と連携して地上波及びオンライン CM を放映・配信した。CM では、世界的に著名なオリンピックであり、米国出身のアシュトン・イートン氏（ロンドン・リオ両大会での十種競技の金メダリスト）が日本各地を旅しながら、ラン、カヌー、サイクリング等のスポーツを体験しているプロモーション動画の放映を通じて、旅行先としての日本の魅力を発信した。また、NBC のウェブサイトにはバナー広告を掲出し、JNTO が運営する東京五輪関連の海外向け観光情報の特設サイト「TOKYO AND BEYOND 2020」への誘導を図った。



富士山を一望できる高級旅館（静岡県）



NBC ウェブサイトでのオンライン CM



NBC ウェブサイトでのバナー広告

【カナダ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 99.8%減の 60 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 99.6%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、カナダ人旅行者は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。その中でもオンタリオ州からの旅行者は 6 月末時点で「新型コロナウイルス変異株流行国・地域」に指定されており、日本入国後、検疫所長の指定する場所での待機及び入国後 3 日目の再検査の対象となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ◆ 【アフターコロナの訪日旅行再開に向けた Air Canada との共同ウェビナー】
2021 年 6 月 17 日、「アフターコロナの安全な訪日旅行」をテーマに、「Inspiring Your Return To Japan」と題したウェビナーを Air Canada と共同で実施した。JNTO や Air Canada からそれぞれ安全安心な旅行の実現のための日本・JNTO の取組や、機内での徹底した感染予防対策等を紹介するとともに、懐石料理のマスターシェフを招いて和食の魅力を紹介した。参加者数は同ウェビナー運営メディア史上最高記録となる 245 名となり、4 段階の満足度調査でも最上位割合 95%を記録した。
- ◆ 【在カナダ旅行会社向けオンラインイベントへの出展】
2021 年 6 月 9 日から 10 日にかけて、カナダの旅行会社を対象としたオンラインイベント”Special Agent G”に出展した。アフターコロナの訪日旅行スタイルを想起させるビデオ等を放映するとともに、オンラインブースにて旅行会社からの訪日旅行再開に向けた質問にライブで対応した。



Air Canada との共同ウェビナー
(シェフの Masaki Hashimoto 氏)



オンラインイベント Special Agent G の会場の様子

【英国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 99.4%減の 200 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 98.8%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 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ オウンドメディアでの情報発信を実施。日本にいる英国にゆかりのある外国人へのインタビューを通して、日本の現状や、実体験を通じた訪日旅行へのアドバイスなどを継続配信。ウェブサイト上のブログ、SNS、ニュースレターにて、幅広く訪日関心層への情報提供を行った。



〈ウェブサイト上のブログで紹介〉



〈SNS で展開〉

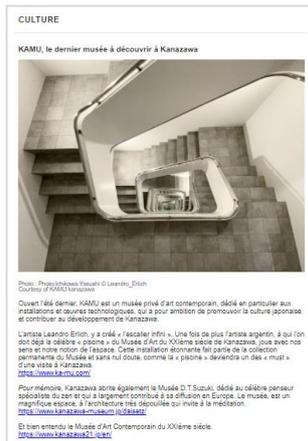
【フランス】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 99.4%減の 200 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 99.1%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 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- フランス国内のメディア関係者、旅行会社及び一般の方、約 11,800 名にニュースレター春号を配信。今回から新たな観光地を知ってもらう企画として、JNTO パリ事務所職員が過去に訪れたことがある地域を紹介。今回は山形県の出羽三山の紹介に加え、アート好きなフランス人の為に石川県金沢市にある美術館「KAMU」や、SDGsをテーマとした日本各地の魅力を発信。次回以降も日本各地を紹介予定。



- 2021 年 6 月 14 日(月)から 6 月 28 日(月)まで、JNTO パリ事務所 Facebook にて懸賞キャンペーン及び広告を実施。本キャンペーンでは、当アカウントのフォローを促し、「あなたの好きな映画・アニメは？」をコメントしてもらい、訪日旅行が叶わない今、アニメゆかりの地を想起してもらい日本に行きたい機運の醸成を図った。コメント総数は 1,071 件あり、ジブリ作品や動画サイトで見る事が出来る日本映画や近年フランスで知名度のある日本人監督の作品などが多かった。



【ドイツ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 99.1%減の 200 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 98.7%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。

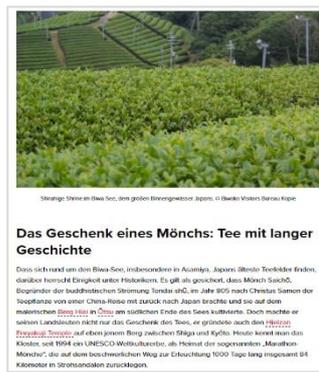
5-6 月の主なプロモーション活動

- ◆ ドイツ市場では年間で 6 つのプレスリリースを計画しており、5 月号として滋賀県にある MIHO MUSEUM、白鬚神社、朝宮茶の歴史、茶畑でのツアー等に関する記事内容でプレスリリースを発信したところ 6 月末時点でオンライン・ライフスタイル雑誌 Genusmaenner.de を始めとする計 5 社の媒体に取り上げられた。(リーチ数:1,135,662 人)

<Genusmaenner.de の記事>



<JNTO のプレスリリース>



- ◆ 世界最大の日本映画祭である「Nippon Connection」が 6 月 1 日から 6 日にかけて開催された。2021 年度に第 21 回目を迎える本映画祭は、通常フランクフルト市内の複数の会場で開催されるが、今年は新型コロナウイルスの拡大防止策のため、映画館の閉店が余儀なくされオンラインでの開催となった。約 80 本の日本の新作長編・短編映画が上映され、ワークショップや講演といったプログラムも用意された。そのうちの 1 つで JNTO による九州と沖縄のプレゼンテーションを実施し、視聴者によるアンケートでは満足度が 97%となった。また、開催前には Nippon Connection の副会長と JNTO によるインスタライブや事前告知の投稿をすることで当日の視聴者は 270 人となった。

<JNTO によるプレゼンテーション>



<Instagramでの事前告知>



【イタリア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 99.3%減の 90 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 99.1%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。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✿ 5 月 10 日より JNTO イタリア版 YouTube チャンネルを開設。本部にて制作した Enjoy My Japan や Where tradition meets the future などの動画やローマ事務所にて制作した動画広告などをアップロードしている。
- ✿ 6 月 16 日にオンライン MICE ウェビナーを実施し、JNTO からのプレゼンテーションに加え、東京観光財団並びに関西観光本部からもプレゼンテーションした。
- ✿ 6 月 18 日～20 日にナポリで開催された旅行博 BMT に出展。BtoB、BtoC 向けに訪日旅行の販売促進及び旅行先としての認知度向上を図り、約 300 名がブースに来場した。
- ✿ 6 月より JNTO イタリア版ブログページと Podcast の放映を開始した。



YouTube チャンネル



MICE ウェビナー



BMT の来場者の様子



Podcast のページ

【ロシア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日ロシア人数は、対 2019 年同月比 97.9%減の 200 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日ロシア人数は、対 2019 年同月比 98.9%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、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。なお、一部の州が、2021 年 7 月 1 日以降、順次、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。ロシア国内で入国前 12 カ月以内にワクチン接種済又は 6 カ月以内に COVID-19 から回復済であれば、ワクチン接種証明又は COVID-19 の回復証明のポータルサイトへの登録で PCR 検査の陰性結果に替えることができる。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 【旅行会社向けウェビナー開催】業界ポータル Travel Media のプラットフォームを活用した旅行会社向けウェビナーを 5 月 21 日・28 日に実施した。現地旅行会社向けに訪日旅行に関する知識のリフレッシュ及び日本のラグジュアリー宿泊施設の紹介を目的に、JNTO モスクワ事務所は日本の習慣や交通手段の特徴、富裕層向けの体験について説明した。日本から複数のホテル担当者がオンライン参加し、それぞれのホテルの特徴やゲスト用の特典等について紹介した。2回のウェビナーに、ロシア、ウクライナ、カザフスタン等から 90 名が参加した。



JNTO のプレゼンテーションの様子



宿泊施設のプレゼンテーションの様子

- 【日本インバウンド観光セミナー】6 月 24 日にサンクトペテルブルク市及びサンクトペテルブルク日本センターが主催する「日本-サンクトペテルブルク観光フォーラム」の一環で開催された、「日本インバウンド観光セミナー」に参加した。オフラインとオンライン併用のハイブリッド型で開催され、JNTO モスクワ事務所は現地の旅行業界およびメディアに対して、日本の魅力を紹介した。

在サンクトペテルブルク総領事館、日本センター、JNTO、日本航空がオフライン参加、大阪市、福井県、沖縄県、酒田市、富山県、横浜市、北海道がオンライン参加し、各地の魅力を紹介した。また、在日ロシア大使館公使が「ロシア人旅行者が日本で遭遇する困難」と題したプレゼンを行い、日本とロシアのインフラの違い（ロシアの電子マネーが使えないことやペーパーレス切符等がロシアほど普及していない）を挙げた。フォーラムには 150 人以上の旅行業界関係者が参加した。



観光フォーラムの様子

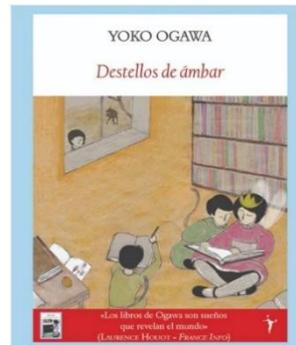
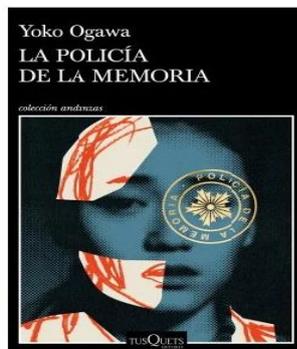
【スペイン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比-98.0%減の 200 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比-99.0%減の 100 人であった。
- スペインをはじめ世界的なコロナウイルスの感染拡大に起因して、日本政府による入国拒否、検疫強化等の対策がとられており、訪日旅行の実施が困難な状況である。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ 5 月 28 日、6 月 25 日に国際交流基金マドリッド日本文化センター主催のイベント「Club de Lectura（読書クラブ）」においてコラボレーションを実施。日本の小説（5 月は小川洋子の『密やかな結晶』、6 月も同作者の『琥珀のまたたき』）に出てくる地名に由来する観光情報の提供を行い、参加者の訪日旅行需要喚起を図った。
- ✳ 5、6 月は JNTO スペイン語サイト内の Blog ページにおいて、18 本の訪日旅行関連記事を発信。在バルセロナ日本国総領事の「日本のおすすめの場所」を紹介したインタビュー記事や「アニメ・漫画の世界を体験できる観光地」の紹介等、多岐の内容に渡る訪日旅行関連記事を Blog ページにおいて発信した（5、6 月の同ページ PV 数：3,022PV）。引き続き SNS やスペイン語サイトなどのオウンドメディアを活用し、継続的に訪日旅行意欲を高める情報を発信していく。



国際交流基金マドリッド日本文化センター主催の読書クラブイベント告知



5、6 月におけるオウンドメディアを活用した情報発信



【中東】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 99.0%減の 90 人であった。
- 2021 年 6 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 98.7%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、中東地域各国は、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。一方で、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は、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、訪日者数は 5 月、6 月ともに 2019 年同月を大幅に下回った。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 【GCC】中東地域最大規模の旅行博 Arabian Travel Market が、2 年振りに、オンラインおよびオフラインのハイブリッド形式にて、2021 年 5 月 16～19 日をオフライン、24～26 日をオンラインとして、ドバイの World Trade Center にて開催された。主催者の発表によると、オフライン 4 日間の来場者数は 12,443 人（複数日の参加を含む延べ人数は 21,685 人）、オンライン 3 日間の参加人数は 4,642 人と、2019 年度の実績には及ばなかった。コロナウイルス感染症拡大対策のため、出展面積に応じた出展者数の制限、会場レイアウトの変更、全体の入場者数の制限、配布物の禁止、消毒の徹底等、各種の対策が講じられたが、現地ではワクチンの接種が進んでいることもあり、参加者の多くは 2 年振りに開催された旅行博を好意的に受け止めていた。

JNTO は単独でデジタル・ジャパンプースを出展し、オンラインオフラインをあわせて、計 139 件の商談を実施した。主な相談内容としては、DMC の情報、日本への渡航可能時期、日本国内のコロナの感染状況、ワクチン接種の状況、オリンピックの開催如何、中東発日本行きのフライト情報等が多かった。

同見本市は中東地域でコロナウイルス感染症の拡大以降に初めて行われた大規模なオフラインイベントであり、一定の成功をみたが、直接のコミュニケーションやネットワーキングが好まれる中東地域においては、オンラインとオフラインのハイブリッド型両方のオプションがある場合は、オフラインでの商談が優先される傾向にあることが実態としてみられた。ただし、配布物の削減やデジタルデバイスの活用については参加者および出展者から高評価を受けており、コロナウイルス感染症終息以降も、効率的な見本市運営が求められると思われる。2022 年度の Arabian Travel Market は 2022 年 5 月 8～12 日にオフラインで開催が予定されており、JNTO では引き続き情報収取を行っていく。



- (左上)デジタル・ジャパンプース
- (右上)会場外観
- (左下)商談の様子
- (右下)コロナウイルス感染症感染対策の一例—ブース施工にも各種のルールが適用された

【メキシコ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2021 年 5 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 99.3%減の 40 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 98.6%減の 80 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。

5-6 月の主なプロモーション活動

- メキシコ国内の旅行業界関係者、及び旅行業界専門メディア関係者 119 名に対して、訪日観光情報の提供を目的としたスペイン語のニュースレター「Conexión con Japón」を配信した。2021 年度初回となる 5 月号では、春のアウトドアとして立山黒部アルペンルートを紹介したほか、昨今オープンした商業施設・ホテルなどに関する記事を掲載し、日本各地の魅力を発信した。なお、ニュースレターは本年度全 6 回の配信を予定している。



5 月に配信したニュースレター（抜粋）

- JNTO のレップ (Representative: JNTO に代わり、現地での訪日旅行の PR 等を行う代理店) を通じて、メキシコ国内の航空会社や大手旅行会社といった旅行業界関係者 6 社にセールスコールを実施し、コロナ禍における経営状況や旅行商品の取扱い状況に関するヒアリングを行った。また、メキシコ国内でも注目を集める東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会をテーマに、競技が開催される日本の各都市について、旅行業界専門メディアにピッチを行い、4 月、5 月合計で、4 件の記事露出につなげた。