

【韓国】

9-10月の市場動向トピックス

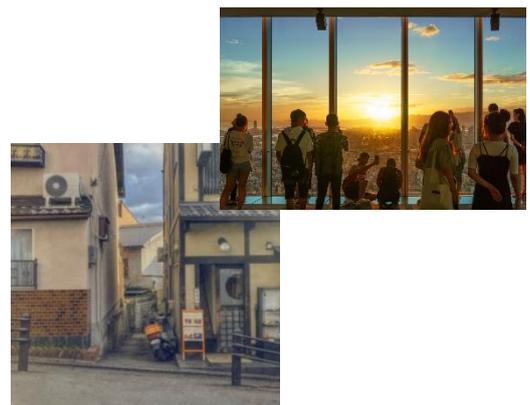
- 2020年9月の訪日韓国人数は、前年同月比99.3%減の1,400人であった。
- 2020年10月の訪日韓国人数は、前年同月比99.0%減の2,000人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月9日から日本入国における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等により、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月28日～10月23日の間、日本旅行ファンのコミュニティサイト「フライングジャパン」「大阪ホリック」にて投稿イベントを開催し、日本旅行の思い出を募集した。合計110件以上の投稿が集まり、多種多様な旅の思い出が共有された。投稿に際してJNTOのInstagram、Facebookにて紹介している「日本を旅するべき100の理由」の中で最もよかったものを挙げることを条件としたことから、過去の投稿への再接触、日本旅行に対するニーズ把握の機会にもなった。



(大阪ホリック イベントページ)



(投稿画像例)

- 11月18日、日本旅行専門家育成セミナーを実施し、韓国の旅行会社16社17名が参加。新型コロナウイルス感染症対策のため、各座席に仕切りを設置し、体温チェック、消毒剤配布のもと実施した。本事業は日本旅行に関する専門的な知識を習得してもらい、旅行商品の造成を促進することを目的とするもので、今回は温泉、鉄道、アートの旅について講義を実施、次回はアクティビティ、食をテーマとする予定である。



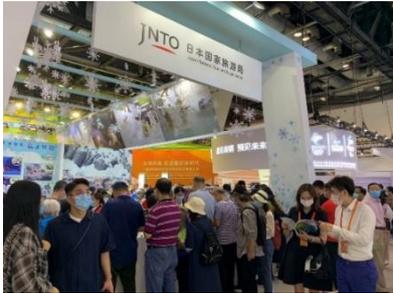
【中国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日中国人数は、前年同月比99.6%減の3,000人であった。
- 2020年10月の訪日中国人数は、前年同月比99.4%減の4,500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、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。また、1月27日以降、中国政府の通達により海外旅行商品の販売が禁止され、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ことに加え、中国からの入国者に対して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、9-10月中も大幅な運休・減便が続いていた。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月5日～9日に北京市内で開催されたウィンタースポーツの博覧会「WORLD WINTER SPORTS（北京）EXPO 2020」に出展した。スノースポーツに加え、食や温泉、雪祭り等スノーリゾートとしての日本の魅力を広く発信した。



ブース外観



粘土細工体験



ステージイベント

- 9月11日～13日に開催された「広東国際旅游博覧会(CITIE)2020」に出展した。ブース内では個人旅行向けの体験型コンテンツを中心にPRを行うとともに、「安全安心の観光」に向けた日本での取り組みも紹介した。加えてブース内ステージでは茶道や着物の着付け等の紹介を通じて日本の観光や文化の魅力を伝え、ウィズコロナ・アフターコロナの訪日意欲喚起を行った。感染予防の厳しい安全対策が取られる中でも多くの来場者で賑わった。



ブース外観



安全安心情報発信



着物着付ステージ

【台湾】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日台湾人数は、前年同月比99.8%減の800人であった。
- 2020年10月の訪日台湾人数は、前年同月比99.7%減の1,300人であった。
- 9・10月も、新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月17日以降、台湾における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日以降、日本における検疫強化、上陸拒否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。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日から日台間での「レジデンストラック」の受付を開始し、11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離、査証免除措置の停止の対象となっている。

9-10月の主なプロモーション活動

- 10月1日～18日にVJ台湾Facebook及びInstagramにて、ビンゴキャンペーンを実施した。3枚のビンゴカードを用意し、「日本で来たことがある場所」をマークし投稿するキャンペーンで、300人以上が参加した。「まだ行ったことがない場所が沢山ある！」「はやく日本に行きたい！」等多くのコメントが寄せられ、ビンゴになった人も約半数あり、高い訪日意欲が感じられた。



(Facebookでのキャンペーン告知)



(ビンゴカードの1例)

- 10月23日～26日に開催された台中国際旅行展示会(ATA)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した。来場者からは、観光地の詳細情報を求める質問が多く、来年の訪日を期待し沢山の資料を持ち帰る姿が見られる等、コロナ前と変わらない訪日意欲の高さが感じられた。



(ブースの様子)



(ステージPRの様子)

【香港】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日香港人数は、前年同月比99.9%減の90人であった。
- 2020年10月の訪日香港人数は、前年同月比99.9%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、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、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、両月ともに訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 日本の多様な魅力のひとつとして、フルーツの特集ページをJNTO 香港サイト上で9月に公開した。地域や季節によって様々な楽しみ方ができるフルーツをPRすることで、訪日リピーター意欲を喚起した。また、海外渡航が制限されている現状を踏まえ、香港で楽しめる日本のフルーツを使ったレシピの紹介も行った。



フルーツ特集ページのメインビジュアル



在香港シェフを起用したレシピ紹介

- 香港人カップル・夫婦を主なターゲットに、ウェディング・ツーリズムを目的とする訪日旅行を訴求するため運営している特設サイトで、新たに周年旅行をテーマとしたコンテンツを10月に公開した。前撮りや挙式といった公開済みコンテンツに続けて、幅広い年代の夫婦に向けて、新型コロナウイルス感染症収束後の旅行喚起を図った。



周年旅行コンテンツを追加



各エリアのモデルコースを紹介

【タイ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日タイ人数は、前年同月比98.4%減の1,000人であった。
- 2020年10月の訪日タイ人数は、前年同月比99.0%減の1,400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、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっていた。なお、11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離、査証の効力停止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、7月29日から「レジデンストラック」の受付を開始した。出国制限はないものの、タイ民間航空局が通常旅客便の運航を引き続き禁止しているため、出国は実質不可となっている。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PCR検査の陰性証明および入国時のPCR検査受診が義務付けられている。日本への直行便は、11月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

9-10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。



Jリーグタイ人選手との連携

9/18 セレッソ大阪と連携し、タイ人のタウン・コタラスポーツ選手によるメッセージムービーを制作し、SNSに投稿。(47万人にリーチし、約15万6千回再生、1,700いいね、を獲得)



タイ人インフルエンサーとのコラボ投稿
9/26 元BNK48のJAN氏と歌手のEarth氏と連携した投稿を実施。トレンドとなっている「緑の美しさ」を訴求すべく、長野県のグランピング・緑の絶景をPRした。(36万人にリーチし、1,000いいね、を獲得)。

＊ タイでの日本食体験を契機とした情報発信

ジェットロの日本食材キャンペーン「Let's Eat Japan」との告知連携の他、バンコクのグルメ情報に詳しいメディアとタイアップした情報発信を実施。



＊ 日本各地からのメッセージ企画の実施

特設サイト上で、日本各地からのメッセージ企画「Message from Japan」を実施し、10以上のタイのメディアに取り上げられ、大きな反響を得た。



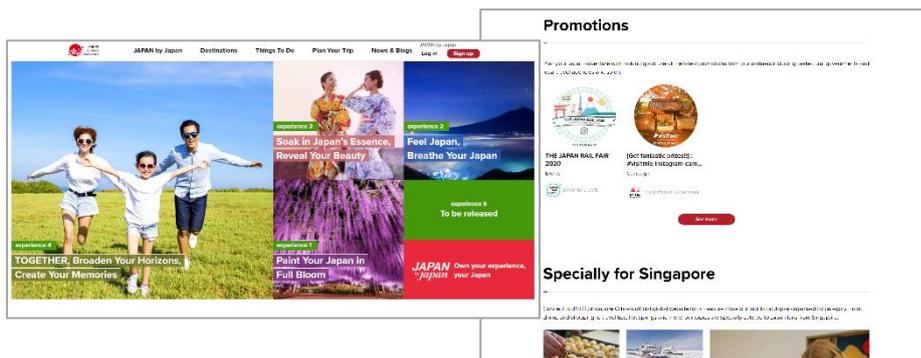
【シンガポール】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日シンガポール人数は、前年同月比99.9%減の30人であった。
- 2020年10月の訪日シンガポール人数は、前年同月比99.8%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、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっていた。なお、11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離、査証の効力停止等の対象となっている。また、日シンガポール間の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「レジデンストラック」の受付を開始した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月30日、シンガポール事務所が運営する日本ファン向け会員登録制コミュニティサイト「JAPAN by Japan」(<https://japanbyjapan.com/>)を全面的にリニューアル公開した。リニューアル後は、訪日旅行への興味関心のきっかけとなるキャンペーンに特化し、会員がキャンペーン参加やリンククリック等のアクションを起こすことでポイントを獲得できるシステムを新たに導入した。そのほか、GPSと連携することで会員が訪日時に自動で日本地図に訪問済み都道府県を記録しSNSでのシェアやダウンロードができる「My Map」機能等、より多くのユーザーにウェブサイトを活用してもらえよう設計した。また、ウェブサイト訪問者に対しパートナーからの訪日旅行に関するお得情報やイベント・キャンペーン情報等を発信するコンテンツを改善し、日本側訪日旅行関係者、シンガポール現地旅行会社等による情報掲載を可能とした。今後は、当該ウェブサイトを活用して訪日旅行への興味喚起を行うと共に、ウェブサイト上で取得できる会員の行動情報を分析し、よりよいプロモーションの実施に生かしていく。
- 10月から、Facebookにて家で楽しめる動画を紹介する「Fun From Home」の取り組みを強化した。シンガポール事務所では5月以降、旅行ができない状況下でも日本を楽しんでもらう「#funfromhome」の投稿を続けているが、10月から、自治体・企業等と連携し「日本の今」を伝えるライブ配信を開始した。月1回～2回程度、「Fun From Home」の趣旨に賛同しコンテンツを提供いただける自治体・企業等と連携し、週末にライブ配信を実施。シンガポール事務所だけでなく、時差の少ない複数のJNTO海外事務所でも同時に配信することで、より多くの視聴者に情報を発信し、観光旅行再開後の訪日意欲の向上を図った。10月24日に第1弾となる静岡県からのライブ配信を行っており、シンガポールや同時配信している他のJNTO海外事務所所在国以外の国や地域からも視聴されている。視聴者からは「日本大好き」「早く日本へ行きたい」等の好意的なコメントが数多く寄せられた。



リニューアルした「JAPAN by Japan」ウェブサイト



静岡県からのライブ配信

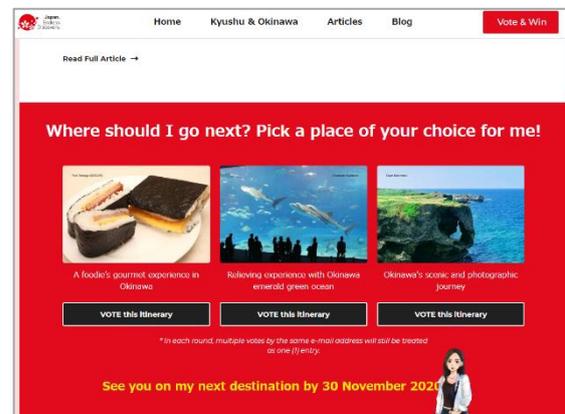
【マレーシア】

9-10月の市場動向トピックス

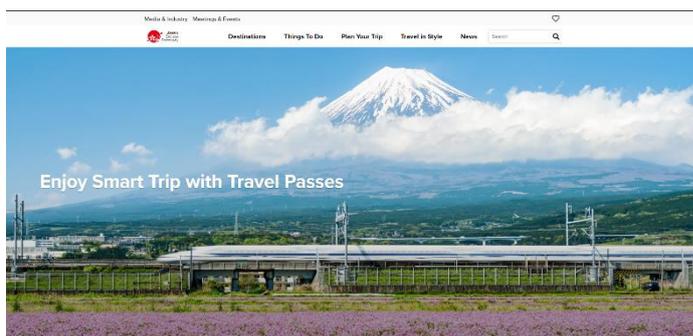
- 2020年9月の訪日マレーシア人数は、前年同月比99.3%減の200人であった。
- 2020年10月の訪日マレーシア人数は、前年同月比98.8%減の600人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、14日間の隔離・PCR検査受診等、査証の効力停止等の対象となっている。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9月8日から「レジデントラック」が運用されているが、マレーシア政府から出された活動制限令により出国禁止が継続されている。自国民の日本からの入国については、政府指定施設での14日間の隔離と入国時、隔離終了時のPCR検査受診が義務付けられている。

9-10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10月19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を実施。キャンペーンとあわせ、対象地域（今回は九州および沖縄）の情報発信を行い、日本の認知度向上、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。



- 10月から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している。



【インドネシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日インドネシア人数は、前年同月比98.8%減の300人であった。
- 2020年10月の訪日インドネシア人数は、前年同月比97.9%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、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。

9-10月の主なプロモーション活動

- ジャカルタ事務所では、今後の訪日旅行市場の見通しを探るため公式 SNS にてアンケートを実施し、一般消費者約550人から回答を得た。アンケート結果からは、継続した訪日意欲の高さ、渡航制限が解除され安全が確保されれば訪日したいと考える消費者が多いこと、日本で行きたい場所は、コロナ前と変わらずにゴールデンルートが人気であること、日本で体験したいこととして鉄板コンテンツである四季の体感や、日本食、ショッピングに加え、街歩きやアウトドアへの興味が高まっていること等が判明した。今後の情報発信などのプロモーション活動に活かしていく。
- 日本とインドネシアの友好イベントである「Indonesia Japan Online Festival 2020」通称「おんフェス」が、2020年10月10日にYouTubeのライブ配信にて約12時間にわたり開催された。ジャカルタ事務所が担当する時間帯では、在日インフルエンサーとなる元 JKT48 のメンバーなどを活用し、お台場や岡山県と中継を繋ぎ現地の最新情報やムスリムフレンドリーの取り組み、秋の様子などをライブ配信した。本イベントでの合計視聴回数は98,000回、ユニークユーザー数は39,000人を記録し、大盛況であった。



(おんフェスの様子)

【フィリピン】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日フィリピン人数は、前年同月比99.7%減の100人であった。
- 2020年10月の訪日フィリピン人数は、前年同月比99.4%減の400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。

9-10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。
- 週1回程度の頻度で、JNTO マニラ事務所職員による一般消費者向け訪日旅行ウェビナーを開催している。9月～10月にかけては、「日本の美術館」「広島・宮島」「100 Experiences in Japan (伝統・アウトドア・食・都市・アート)」等をテーマとし、フィリピン人の視点で、日本に関する観光情報の発信を行った。
- 8月に開催された JAL マニラ支店主催のウェビナーに、マニラ事務所の現地職員がゲストスピーカーとして出演し、現地の旅行会社約80社に対して、日本の現状について情報提供を行った。



JNTO マニラ事務所公式 Facebook でのウェビナー



ウェビナーでの情報提供

【ベトナム】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日ベトナム人数は、前年同月比93.0%減の2,700人であった。
- 2020年10月の訪日ベトナム人数は、前年同月比86.7%減の6,200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。(11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離、査証の効力停止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、7月29日から在外公館において「レジデンストラック」の受付を開始した。(11月1日からは「ビジネストラック」の受付を開始。)ベトナム入国者に対しては、独立した区域での検査、強制医療申告及び隔離が義務付けられているほか、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。

9-10月の主なプロモーション活動

- JNTO ベトナム語公式 Facebook では、定期的に日本に関する情報を発信している。世界的な新型コロナウイルス感染症流行の影響が続いた9月から10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情報発信を行った。



Date: 13-September
Content: 帽子をまとった富士山



Date: 5-September
Content: 色とりどりの和菓子



Date: 5-October
Content: 雷山千如寺大悲王院の紅葉

- ベトナム人向け日本情報サイト KOKORO と連携し、在留ベトナム人による日本の観光地を紹介するブログ記事(軽井沢特集)を作成、KOKORO ウェブサイトに掲載した。当該ブログについては、JNTO ベトナム語公式 Facebook においても、9月12日に投稿を行った。

【インド】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日インド人数は、前年同月比97.5%減の400人であった。
- 2020年10月の訪日インド人数は、前年同月比95.0%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、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、3月中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検査陰性証明書提示により政府指定施設での隔離は免除されるものの、原則として最初の7日間の政府指定施設での隔離及びその後7日間の自宅等での自主隔離が必要とされている。日本への直行便は、引き続き運休となっている。

9-10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対策のもと10月29日、インドで活躍する在日インフルエンサーを起用した映像・静止画撮影を東京で実施した。これはインド人が「訪日旅行で行ってみたい。」と考えるアイコン的なロケーションで「安心・安全・衛生」を含む「Goodness of Japan（日本の良さ）」をわかり易く表現する映像・静止画を作成し情報発信することで、新型コロナウイルス収束後の海外旅行先の候補地としての日本の魅力を訴求することを目指した取り組みである。撮影した映像・静止画は、新型コロナ感染の状況と現地の旅行市場動向を踏まえた広告出稿時期に、メディアミックス(TVCM、屋外広告、オンライン広告等)で発信していく予定である。現地メディア報道によると、他国(UK、US、オーストラリア、ニュージーランド)と比較してインド人はより「安心・安全」を配慮する傾向にあるとの結果が出ており、日本の衛生的イメージはインド市場においてアドバンテージになると考えている。



撮影の様子

【豪州】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日豪州人数は、前年同月比99.9%減の90人であった。
- 2020年10月の訪日豪州人数は、前年同月99.6%減の200人であった。
- 10月末時点で、引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、日本政府による上陸拒否、検疫強化の対象となっている。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おり、自国民の日本からの入国については、指定された施設における14日間の強制的な自己隔離が義務付けられている。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。

9-10月の主なプロモーション活動

- 10月13日(火)～16日(金)、富裕層市場に特化したBtoB商談会「Luxperience」に出展し、富裕層市場に向けたプロモーションを実施。今年は新型コロナウイルスの影響により初のオンライン開催となり、JNTOは単独で出展し、会期中に50件を超える商談を行った。コロナ禍の難しい状況下ではあるものの、観光目的での海外旅行再開を見据えて前向きに情報収集している現地バイヤーが多く、熱意や今後への期待がうかがえた。
- 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。サイクリングや、関東地方の家族旅行スポット、日本国内のリゾート(山、海、温泉、グランピング、都市)、国立公園等、豪州人の嗜好に合わせたより深いテーマで各地の紹介を行った。
- まだ知られていない日本の体験コンテンツを豪州人向けに紹介するウェブページ「Japan. See the Other Side」を公開。各地域の認知度向上を目指して、美しい自然やアドベンチャー体験、食などのコンテンツを、北海道、東北、九州など地域毎に紹介している。

<参考 URL>

オンラインウェビナー

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLcl33WJ6mZGKKw04nBBJqDI2lbN3nXL22>

Japan. See the Other Side ウェブページ

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



Luxperience イベント告知ービー



Japan. See the Other Side ウェブページ

【米国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日米国人数は、前年同月比99.5%減の600人であった。
- 2020年10月の訪日米国人数は、前年同月比99.4%減の900人であった。
- 9・10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、9・10月の実績値に大きく影響を及ぼした。

9-10月の主なプロモーション活動

- JNTO ロサンゼルス・ニューヨーク両事務所では、10月13日～15日の間、米国最大のコンソーシアムの一つである Travel Leaders Network の主催する同ネットワーク加盟旅行会社を対象としたバーチャルトレードショーに参加した。3日間で171名と予想を上回るブース来訪者数となり、入国規制の現状やオリンピック期間中の旅行可否、アフターコロナにおける推奨観光コンテンツなど、次年度以降の旅行商品の造成や販売に向けた意欲的な質問を数多く受けた。
- JNTO ロサンゼルス事務所では、米国市場のSNSを運営しており、コロナ禍においても訪日意欲を刺激する投稿を心掛け、発信内容の選定を行っている。9月のSNS投稿においては「奈良井宿」の投稿が過去5年間のうち最も高いインプレッション数を記録した。江戸時代から残る宿場町の風景は、他の国では決して見られない「日本らしい」景観を捉えた写真であった。



奈良井宿のポスト



バーチャルトレードショーのブースレイアウト

【カナダ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.8%増の70人であった。
- 2020年10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。
- 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。

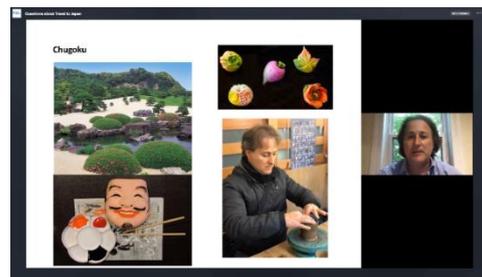
9-10月の主なプロモーション活動

● 【旅行会社向けウェビナー】

9月16日、日本航空と共同で旅行会社約150人を対象に、親日家で日本に詳しいジャーナリストのアダム・ワックスマン氏、およびアドベンチャー系旅行会社のGアドベンチャーズ創設者であるブルース・プーン・ティップ氏をゲストスピーカーに招いたウェビナーを実施した。ワックスマン氏からはアフターコロナの訪日旅行先としてカナダ人に知られていない日本各地の魅力を紹介したほか、ティップ氏からは旅行会社視点によるプレゼンテーションを行った。



ウェビナーの様子



ワックスマン氏のプレゼンの様子

● 【ニュースレター通じた情報発信】

メディア(約900名)ならびに旅行業界関係者向け(約8000名)にニュースレターを配信。9月には各航空会社の衛生・安全の取組ビデオを紹介したほか、10月は秋ならではの紅葉シーズンや食の魅力を発信した。



9月のニュースレター

10月のニュースレター

【英国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日英国人数は、前年同月比99.8%減の100人であった。
- 2020年10月の訪日英国人数は、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日間の隔離及びPCR検査受診、査証の効力停止等の対象となっていることにより、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- ✳ 英国旅行会社向けのE-learningについて、3月に新設した初級コースに続き10月に中級コースを設置。コロナ禍で関心の高まるトレッキングやサイクリング等アウトドアアクティビティや、座禅、日本庭園、アートミュージアムなど日本ならではのコンテンツを追加し、豊富な日本の観光資源を紹介した。また、エアラインや日本の地域等日本関連コンテンツを一挙に紹介する日本特設ページを作成し、包括的な日本の知識習得を図った。
- ✳ 英国の有力な旅行雑誌であるWanderlustが同誌の日本特集に合わせて10月28日に開催したオンラインイベントにゲストスピーカーとして参加。日本を訪れたことのあるトラベルライターがアウトドアを中心とした日本の観光地の魅力を紹介。JNTOはコロナ禍における日本の安心安全情報を伝えるとともに、300人超の参加読者向けにアウトドアアクティビティを中心に日本に詳しいジャーナリストや日本旅行を販売するエキスパートからコロナ禍を踏まえたおすすめの観光地の紹介を行うなど、コロナ後の訪日を検討してもらえるようなコンテンツを紹介した。

Wanderlust

VIRTUAL EVENTS PRESENTS

Japan through the seasons



Lyn Hughes
Co-founder and editor-in-chief Wanderlust



Rebecca Hallett
Travel writer



Alastair C
Insider



Wanderlust オンラインイベントの様子

【フランス】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日フランス人数は、前年同月比99.6%減の100人であった。
- 2020年10月の訪日フランス人数は、前年同月比99.0%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日間の隔離及びPCR検査受診、査証の効力停止等の対象となっていることにより、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月21日に開催されたMICE商談会「Pure Meetings & Events」に出展した。この商談会では、バイヤー側約80団体（フランスの企業、代理店）およびセラー側約400名（CVB、DMC、ホテル、航空会社など）が、事前にスケジュールされた予定に基づいて対面で商談を行った。コロナ禍での開催であったため、各参加者には新型コロナウイルス感染者との接触がないことを証明する宣言書が求められ、さらに入り口での体温チェック、マスクや消毒液の配布など感染予防対策を行っての実施となった。



商談会の様子



カクテルパーティーの様子

- 昨年開設したフランス語版 Instagram アカウント @visitjapanfr のフォロワー数が9月に9,000人を突破した（フランス語版 Instagram アカウント @visitjapanfr のフォロワー数は11月25日現在9,990人に上っている）。9月から10月は、松本城や水沢観音の投稿エンゲージメント率が高かった。また、「お好み焼き」や「貸切温泉」の投稿に多くのコメントが寄せられた。



松本城についての投稿



貸切温泉についての投稿

【ドイツ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日ドイツ人数は、前年同月比99.6%減の90人であった。
- 2020年10月の訪日ドイツ人数は、前年同月比98.9%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、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。

9-10月の主なプロモーション活動

- 2020年9月、昨年度招請を支援したドイツ人ブロガーによる記事が掲載された。次回訪日旅行のヒントとして、宿泊先、食、ショッピング、アクティビティ、散策など5つのテーマを掲げ、具体的な費用についても紹介することで、訪日旅行を計画する際に役立つ内容となった。<https://www.palinakozyrava.com/5-essential-tips-for-your-next-japan-trip.html>
- 2020年9月、昨年度東北へ招請したジャーナリストによる記事が、日刊紙 Südwest Presse (発行部数26.7万部) に掲載された。3日間にわたる山伏体験や日本の生活様式等を伝える内容となり、日本の多様な魅力をプロモーションする機会となった。

<山伏体験の記事>

<インフルエンサーによるブログ記事>



- 2020年10月29日、ベルリンの日本食レストランにおいて、10名のドイツ人インフルエンサーを集め、訪日体験のプレゼンテーション及び日本料理体験のイベントを実施した。イベントの様子について、各インフルエンサーからもインスタグラムのストーリーズで投稿するなど、日本のイメージ訴求に加え、有力インフルエンサーとJNTO間でネットワークを構築する有効な機会となった。

イベント会場の様子



【イタリア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日イタリア人数は、前年同月比99.5%減の70人であった。
- 2020年10月の訪日イタリア人数は、前年同月比99.3%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、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。7月1日以降、イタリア政府が日本を含む14か国からの入国者の受け入れを再開しているが、日本からの入国者に対する14日間の自主的隔離及び健康観察が義務付けられており、日本への直行便は9、10月も引き続き運休となっていた。

9-10月の主なプロモーション活動

- 10月14日から16日にかけてエミリア＝ロマーニャ州リミニにてイタリアで最大のBtoB旅行見本市TTGが開催され、VJブースを出展した。ブースでは、日本のコロナ対策を紹介するスライドショー等の放映を行った他、受付と商談テーブル上にアクリル板のパーテーションの設置、各商談テーブルへの消毒液の設置、毎商談後のテーブルの消毒、パンフレット配布の際の手袋の着用等の感染対策を行った。多くの国が出展を見送る中で、日本ブースには約1,400名(前年2,679名)が来場し、多くの業界関係者に訪日の魅力を発信した。(TTG総来場者数は3日間で25,371名(前年45,621名))



(会場入り口では検温必須)



(VJブースの様子)



- 10月28日から11月1日、トスカーナ州ルッカにて漫画とゲームの祭典 Lucca Comics & Games が開催された。今年は全てのブース出展が中止となり、イベントは全てオンラインでの開催となった。JNTO はイタリアで著名なアニメソングシンガーのクリスティーナ・ダヴェンナさんのトークショーを無観客で実施した。トークショーのライブ配信は900名近くの方に視聴いただき、「日本は別世界だ、いつかは絶対行かねば！」といった日本に対するポジティブなコメントが多数寄せられる等盛り上がりを見せた。(トークショーの様子→ <https://www.luccachanges.com/it/events-stream/483/jnto-and-cristina-talk-show-sul-giappone>)



(クリスティーナさん(Instagram フォロワー数約45万人)とのタイアップ投稿)計7回)



(トークショーの様子)

【ロシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日韓国人数は、前年同月比99.4%減の60人であった。
- 2020年10月の訪日韓国人数は、前年同月比97.9%減の300人であった。
- 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。

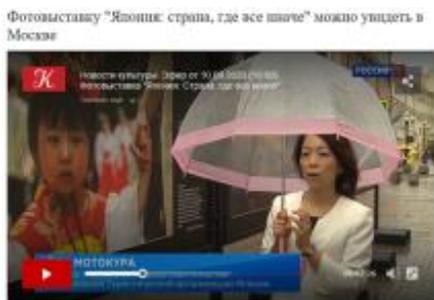
9-10月の主なプロモーション活動

- 5月よりナショナルジオグラフィックロシアオンラインにて実施したフォトコンテストの優秀作品を、モスクワ中心部のアルバート通にて9月9日より1か月間展示会を行った。初日には在ロ大使館・ロシア連邦観光庁からの来賓をお迎えし開会式および授与式を実施した。当日の様子は全国局「カルチャー」などでも放映された。
- アジアに特化した国内最大規模の業界イベントであるAsian Workshopに参加。初のハイブリッド開催となり、オンライン商談会8/17-9/17・オフライン商談会9/17に共同出展者9団体とともに参加した。商談件数はオンライン251件となり、参加した自治体・宿泊施設・航空会社からは初めての試みに課題もあげられたが、おおむね満足度の高い事業となった。
- 9月27日、ウラジオストクのTravel Fair(オンライン版)に参加した。今年度は新型コロナウイルス感染拡大及びそれに伴うイベント開催の規制の影響により、通常型のイベント開催が不可能となり、2020年のTravel Fairはラジオ番組及びインターネットを活用した形で開催することとなった。Travel Fairの主催者(Fregat Aero社)は、現地ウラジオストクのRadio Lemmaの放送時間を一日借り上げ、「Travel Fair 2020 Listening to the World」と題し、世界観光に特化したラジオマラソンを実施した。日本はパートナーカントリーとして参加し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により渡航規制に苦しんでいる極東地域の住民向けに訪日旅行の魅力や利便性等について情報発信を行ったとともに、国境の再開後の訪日旅行の意欲増進・動機付け強化を図った。
- 7月21日、ロシア旅行業連盟(RUTI)と連携した訪日旅行促進事業としてウェビナーの第3回目(全3回)を実施した。日本の春～秋の魅力および体験型観光について発信した。過去2回同様、冒頭にRUTI報道官(ロシア市場アドバイザーボード)による日本訪問の印象についてのスピーチも含め約2時間のウェビナーとなった。オンライン視聴者数192名、アーカイブ視聴者10/27現在、76名とロシア全土からの参加があった。
- 交通渋滞で有名なウラジオストク市ではラジオリスナーが多いため、10月15日と10月23日に現地のRadio Lemmaにて、北海道と東北をテーマにした日本観光の特集番組を放送した。放送時間は各50分で、北海道は当地を数回旅行した現地ブロッガー、東北は7年間仙台に在住歴のある現地の通訳により情報発信を行った。JNTOのレップが両番組のモデレーターを担当。また視聴者を増やすため、北海道・東北クイズを行い正解したリスナーにプレゼントを進呈。

(1)「ロシアにおけるジャパンフォトコンテスト」授賞式・開会式・展覧会



写真展の様子



カルチャー局での報道

(2) ビジットイーストアジア事業「アジアワークショップ」



オフライン商談会の様子

(3)ウラジオストクの Travel Fair(オンライン版)



ラジオマラソンの様子(JAL)



ラジオマラソンの様子(ANA)



TV8 グルメ番組(八の味)

(3)ウラジオストクのラジオ局にて日本観光特集を放送



北海道特集収録の様子(ラジオ局のインスタグラム)



東北特集収録の様子(ラジオ局のインスタグラム)

【スペイン】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日スペイン人数は、前年同月比99.4%減の70人であった。
- 2020年10月の訪日スペイン人数は、前年同月比99.3%減の100人であった。
- 9月、10月も、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、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。

9-10月の主なプロモーション活動

- ＊ 9月4日、11日、18日、25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）」においてコラボレーションを実施。日本の小説（9月は夏目漱石作品）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。
- ＊ 9月24日から30日、日本に関連した本を専門に出版しているスペインの“Satori Ediciones”と連携し、JNTOのスペイン語公式 Facebook、Instagram 上で、「日本」から連想されるものについての投稿を募り、投稿者の中から抽選で同社が発行する日本を題材にしたスペイン語の本が当選する懸賞キャンペーンを実施。
- ＊ 10月15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連携セミナーの第1回目を開催(全7回)。連携セミナーは2017年より毎年実施しているが、今年はコロナ禍ということで初のオンライン開催となった。現地の旅行会社関係者や観光団体の関係者等計306名が参加した。

<http://ceavjapon.com/>



↑ 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



↑ “Satori Ediciones”出版との懸賞キャンペーン告知



↑ CEAV(スペイン旅行会社連盟)との連携セミナーのプレゼンテーション

【中東】

9-10月の市場動向トピックス

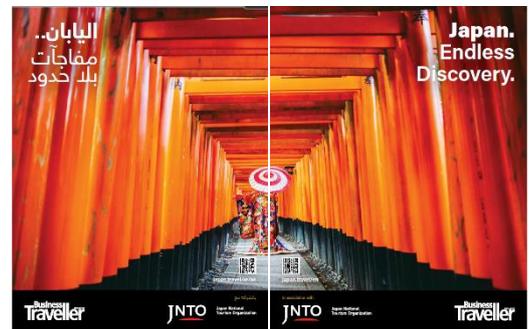
- 2020年9月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比97.7%減の200人であった。
- 2020年10月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比98.3%減の200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、中東地域各国も順次、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、アラブ首長国連邦、トルコ、イスラエルを除く中東地域各国で国外へ渡航が引き続き規制されている。海外渡航が可能な国においても、日本への直行便は、大幅な運休・減便となっており、旅行需要は十分に戻っていない。このため、訪日者数は9月、10月ともに前年同月を大幅に下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 【GCC】9月に現地の主要媒体である、ビジネス雑誌 Business Traveller(発行部数 25,000部)、及び日刊新聞 GulfNews(発行部数 107,000部)において、日本の観光魅力を発信する小冊子を媒体と併せて配布した。掲載都市はまだゴールデンルートが主要な目的地である中東の旅行者に向けて、ゴールデンルート及び直行便就航都市から足を延ばしやすい地方の情報を発信し、コロナウイルスの感染拡大の影響で、現地で旅行関係トピックスの発信が減少するなか、日本をPRした。



GulfNews 紙にて配布した小冊子(英語、表紙込 13 頁)



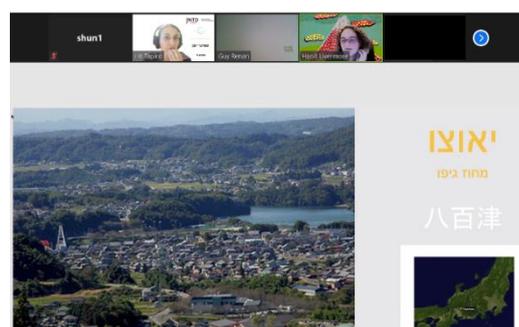
Business Traveller 誌にて配布した小冊子

(英語、アラビア語、表紙込各 18 頁)

- 【トルコ・イスラエル】9月から現地のエージェント向けセミナー事業を開始し、9-10月にかけて計トルコ2回、イスラエル3回のセミナーを実施した。トルコでは訪日旅行に関する基礎知識(季節、文化、交通、主要都市情報等)を、イスラエルでは各回で旅行商品造成のヒントになるような日本の多様な魅力と日本の文化を中心に講演した。参加者からの評価では「セミナーで得た情報をもとに、より良いセールスができそう」、「文化や食事などの面でさらに詳細な情報がほしい」といった声があり、手ごたえを感じた。



(左)トルコでのオンラインセミナー



(右)イスラエルでのオンラインセミナー

【メキシコ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日メキシコ人数は、前年同月比99.8%減の10人であった。
- 2020年10月の訪日メキシコ人数は、前年同月比99.6%減の30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おり、3月末以降、メキシコ政府による衛生緊急事態宣言に伴う外出自粛等が実施されている。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。

9-10月の主なプロモーション活動

●（現地の新型コロナウイルス感染状況）

メキシコ保健省の発表した11月20日時点の新型コロナウイルスの累計症例数は100万人（死者数：約10万人）を超え、高い水準で推移している。日本への直行便は全日空便が10月2日より、週5便から週6便に復便され、12月1日からは週7便の通常運行となる予定だが、エアロメヒコ便については10月末までを予定していたメキシコシティ～成田便の運休が11月末まで延長された。

- 9月25日にツアーオペレーター PETRA 社と連携して旅行会社従業員40名を対象としたウェビナーに現地レップがゲストスピーカーとして参加した。日本における新型コロナウイルス感染症対策や主な観光名所、観光シーズン、交通機関などについて紹介し、入国制限解除後の訪日旅行商品造成の促進を図った。



ウェビナーの様子