

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 21 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。

2022 年 6 月

日本政府観光局 (JNTO)

【韓国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 98.5%減の 8,800 人。
- 2022 年 6 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 98.2%減の 11,200 人。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。韓国政府による海外旅行の延期等を国民に要請する特別旅行注意報の対象に日本が含まれている。自国民の日本からの入国については、陰性確認書の提示、入国後 3 日以内の PCR 検査が義務付けられているほか、6～7 日目に迅速抗原検査が勧告されている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- ソウル事務所の Instagram で 4 月から開始した、耳に入る「音」に焦点を当てた「SOUND OF JAPAN」、目に入る豊かな「色」を切り口とした「COLOR OF JAPAN」は、新しい切り口での日本の魅力発信として、訪日旅行を切望する日本ファンに好評を得ている。5 月、6 月で特に反応が良かったのは、星空をバックにした「松本城」、緑系から赤系まで、アースカラーで構成された「伊根」の風景、ラベンダー畑に同色のソフトクリームが映える「富良野」であった。これらの投稿には、「ほら見て、すごい！」「今すぐ行かないと！」「この企画、とても良い！」「早く旅に行ける日が来ることを願って、毎日見えています」等のコメントが多数寄せられた。



松本城



伊根



富良野

- こうした SNS での消費者の反応を受け、6 月 17 日より、jroute サイト（JNTO 韓国市場向けサイト）内にキャンペーンサイトを開設し、「COLOR OF JAPAN」の展開を広く告知した。このサイトには、Instagram で投稿された画像が、色ごとに集められており、12 色の中から好きな色を選ぶと、その色をテーマにした日本の四季や自然にまつわる美しい風景を見ることができる。今後、投稿が増えるにつれて、サイト内の写真も充実していくことから、様々な色味を満喫しながら訪日旅行気分を味わうことができる。

キャンペーンサイト URL:

<https://www.welcometojapan.or.kr/jroute/front/campaign2022>



jroute サイト内キャンペーンサイト

【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 97.7%減の 17,600 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 98.3%減の 14,700 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。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、観光客の日本への渡航は実質的に不可能な状況が続いている。自国民の日本からの入国については、陰性証明書の取得及び原則として 14 日間の施設での隔離、複数回の PCR 検査等が求められている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 旅行目的地としての日本に対する認知・興味を向上させることを目的に、中国市場公式微信（WeChat）等での情報発信を継続的に実施している。5 月は「日本の主婦から緊急事態に備えた食品の保存方法を学ぼう」という実用記事が、各地でロックダウンが続く中国において役に立つ情報として注目を集め、閲読数・転送数ともに 1 位を獲得した。6 月にはプレゼントが当たるキャンペーンを 2 回実施し、既存フォロワーとのインタラクティブを強化し、新規フォロワーも獲得することが出来た。（コメント数：572 件、新規フォロワー数：104 人）



【5 月のトップ記事】お米や野菜の保存方法や長持ちのコツ、備蓄品等を紹介



【プレゼントキャンペーン記事】記事にコメントを残したフォロワーを対象に抽選を行い、プレゼントを贈呈

- 今年度中の事務所新設を予定している成都市において、市内の主要旅行会社に今後の訪日旅行再開の見通しについてヒアリングを実施した。中国政府からの海外旅行自粛要請が解除されない限り海外旅行商品の販売は難しいが、中国側の入国者の隔離期間が短縮されたこと、四川航空が 8 月 20 日から成都＝成田直行便の運航を 2 年 4 カ月ぶりに再開することを発表するなどの動きを受け、訪日旅行再開への期待は高まっている、とのことだった。主要旅行会社は他業種への展開等でコロナ禍の経営危機を乗り切る工夫を凝らす一方、コロナ禍に中国国内で進展したオンライン販売が旅行業にも波及すると予測し、オンライン販売プラットフォーム開発に注力する等の準備を進めている。

【台湾】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 1,900 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 2,400 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。台湾における渡航警戒レベルで不要不急の渡航自粛等に日本が含まれている。台湾人の日本からの入境については、陰性証明書の提示が必要であり、また、入境後の 7 日間の隔離及び 7 日間の自主健康管理、入境時及び入境から 7 日目の PCR 検査等が必要となっている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

● 台湾市場向け Instagram における情報発信

今年4月より台湾市場向け公式 Instagram では若年層への情報発信として、月ごとに設定したテーマに沿った“映える”写真の投稿を行っている。5 月は「青」、6 月は「雨」をテーマとして、“青が映える景色を切り口とした旅”、“雨だからこそ楽しめるコンテンツ”を紹介した。ユーザーからは「またここに行きたい」等コメントが多数寄せられ、高い訪日意欲がうかがえた。また月末には、Instagram のガイド機能を活用し、反応が大きかった上位投稿をまとめ記事として発信している。

▼5 月のまとめ記事(抜粋)



▼6 月のまとめ記事(抜粋)



https://www.instagram.com/visitjapantw/guide/_/18042257527340041/

https://www.instagram.com/visitjapantw/guide/_/18079197109306451/

【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、対 2019 年同月比 99.6%減の 700 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日香港人数は、対 2019 年同月比 99.6%減の 800 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。香港政府による渡航自粛要請の対象に日本が含まれている。香港市民の日本からの入境については、ワクチン接種を条件に飛行機への搭乗が認められ、陰性証明書の提出、入境時の PCR 検査、7日間の指定検疫ホテルでの隔離及び強制隔離期間中の複数回の PCR 検査、強制隔離終了後 7 日間の自己観察及び入境後 9 日目及び 12 日目の PCR 検査等が求められている。日本への直行便は 2022 年 6 月も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

- ◆ 【「グリーントラベル」コンテンツの公開】 香港市場向けキャンペーンサイトにおいて、サステナブル・ツーリズムをテーマとした観光スポット等を紹介する「グリーントラベル」コンテンツを公開した。今回取り上げたのは北海道、長野県、愛媛県の 3 道県で、ウポポイや安曇野湧水でのクリアポート、大洲城キャッスルステイといった伝統文化体験や自然体験等のコンテンツを複数紹介した。香港では欧米圏と比較してサステナブル・ツーリズムがまだ浸透していないこともあり、認知度および興味・関心の向上につながる情報発信となった。

<https://welcome2japan.hk/alwaysareason/jun2022/>

- ◆ 【SNS での情報発信】 6 月 24 日に香港市場公式 Facebook にて、「もう 1 回行きたい日本の観光スポット」について質問を投げかける投稿を行った。写真を使用していない 1 文のみの投稿であるが、オーガニックリーチ※は 15 万を超え、367 件のコメントがあり、5-6 月の投稿の中のオーガニックで最も高いエンゲージメントを獲得できた投稿であった。北海道や立山黒部、高山、白川郷、富士山が人気であるとともに、「日本に行ければ満足、どこでも。」というコメントも多数の「いいね」を獲得しており、ユーザーの訪日再開への期待の高さが伺えた。

※有料広告によるリーチを含まない、自然な投稿閲覧人数を表す指標



「グリーントラベル」コンテンツの公開



SNS での情報発信

【タイ】

5-6月の市場動向トピックス

- 2022年5月の訪日タイ人数は、対2019年同月比97.3%減の2,900人であった。
- 2022年6月の訪日タイ人数は、対2019年同月比96.0%減の2,500人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国について、ワクチン接種証明書又は陰性証明書の提示が必要となる。日本への直行便は、2022年6月も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

＊ SNSでの情報発信（継続）

往来制限がある現在においても、タイ人の将来的な訪日旅行促進・タイ語による訪日観光情報の発信をすることを目的として、「訪日旅行の思い出を想起するきっかけを提供すること」「将来の訪日の楽しみを創造すること(新たなトレンド・スポットの種まき)」を念頭に Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>) 等での情報発信を継続して実施中。これまでのスポット紹介等に加えて、観光入国の水際対策の緩和に伴い、入国手続き情報等も投稿を行った。



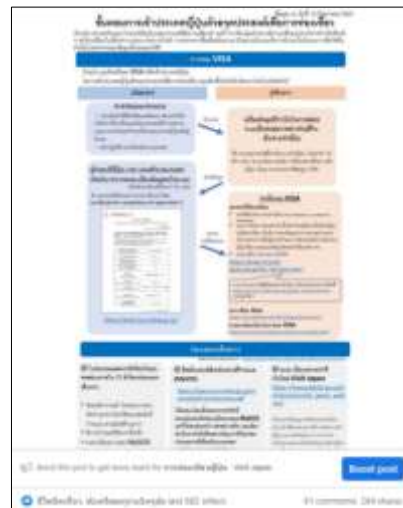
■ 高千穂峡・高千穂神楽

宮崎県の人気スポットで、季節ごとの自然が楽しめる高千穂峡を紹介した。

また、高千穂峡近くにある高千穂神社では、毎夜観光客向けに、国の重要無形民俗文化財に指定されている「高千穂の夜神楽」を楽しむことができる事も加えて投稿を行った。

写真はインスタ映えを意識した写真を使用し、リーチはオーガニックで41,213、エンゲージメント3,046、いいねは853となった。コメントには「美しい」が多く寄せられた。

投稿日：5月7日



■ 入国手続き情報

6月10日からの観光目的の入国についてパッケージ旅行から条件付きで再開した事にあわせて、観光目的による入国手続き情報を紹介した。

「情報をありがとう！」「より具体的な事を問い合わせたい」といったコメントが多くあった一方、「次の展開を待つ」といったコメント等もあった。

オーガニックリーチ137,066、エンゲージメント6,518、コメント918となり、多くのコメントが寄せられタイ人にとって非常に興味がある投稿となった。

投稿日：6月14日

【シンガポール】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 96.8%減の 1,200 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 97.0%減の 1,400 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化(陰性証明書の提示等)、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書の提示等が義務付けられている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- ◆ 条件付きパッケージ旅行での訪日観光旅行の一部再開を受け、6 月 7 日に旅行会社・航空会社・MICE 関係者向けに、入国規制の緩和や、シンガポール市場での今後の JNTO のプロモーション計画等について説明会を実施した。シンガポールにおける主要旅行会社 31 社 36 名が参加し、アンケートでは 58%が大変満足、42%が満足と回答した。また、参加者はいずれも日本への送客に積極的であり、79%が現状の規制を踏まえてすぐに送客を検討すると回答した。67%は既に送客の予定があるとしており、200 名以上の送客予定があるとの回答も 2 件あるなど、日本政府からの正式発表前から訪日予約が進んでいたことが確認できた。シンガポール事務所では、今後旅行業界関係者と連携してパッケージ旅行の販売促進をしていく。



説明会の様子

- ◆ 2020 年度から継続的に実施しているテーマ別オンラインキャンペーン(テーマ特化型情報発信)の一環として、6 月 24 日から「セルフドライブ旅行」をテーマとしたキャンペーンを開始した。本キャンペーンの特設サイト(<https://japanbyjapan.com/roadtrip/>)では、日本各地のお勧めドライブコースに加え、高速道路のサービスエリアの使い方やシンガポールとは異なる交通ルール等も含め、日本でのドライブのコツを紹介している。また、山陰インバウンド機構と連携し、同機構が外国人旅行者向けに開発したデジタルパス「Discover Another Japan」を利用して、山陰地方をセルフドライブで巡る方法も紹介。シンガポールでまだ知名度の低い山陰地方を、コロナ禍で関心の高まっている「セルフドライブ旅行」というテーマのもと訴求し、新しい旅行目的地として認知を高めていく。本キャンペーンでは山陰地方からの中継を含むオンラインイベントや、「日本の道」をテーマにした写真投稿を促す懸賞キャンペーンも実施している(実施期間:6 月 24 日~8 月 8 日)。



キャンペーン特設サイト

【マレーシア】

5-6 月の市場動向トピックス

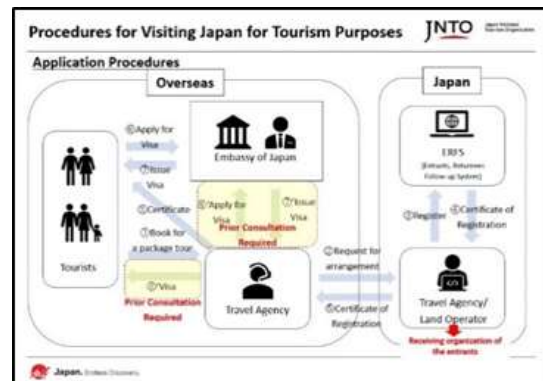
- 2022 年 5 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 96.2%減の 1,600 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 96.1%減の 1,200 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となったが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められた。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明の提出が義務付けられている。日本への直行便は、2022 年 6 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 4 日にクランタン州コタバル市にて、在ペナン日本国総領事館、コタバル市などの共催で開催された一般消費者向けイベント「フェスティバル・クランタン・ジャパン 2022」に出展した。コタバルはクアラルンプールやペナンなど主要都市と比較すると日本の認知度は高くないことから、幅広い訪日旅行情報等を提供し、海外旅行先としての日本の認知度向上を図った。また、コタバルの住民はイスラム暦を採用するマレー系ムスリムが大多数であることから、JNTO が運営するムスリム向けウェブサイト(<https://muslimguide.jnto.go.jp/eng/>)において紹介されている、ムスリム層に配慮した食事や礼拝施設などの情報を提供し、安心して訪日旅行を楽しめることを PR した。
- 6 月 10 日からの外国人観光客の日本への受入を再開することに先立ち、クアラルンプール事務所では現地旅行会社を対象に、「訪日旅行出発までの流れ」、「外国人観光客受入れ対応に関するガイドライン」に関するウェビナーを 6 月 9 日に実施し、171 社 350 人以上が参加した。参加者からは観光客受け入れ再開に対する期待と、併せて査証取得に関することなど、実際にツアー造成・催行に必要な情報に関して質問が寄せられた。既に、訪日旅行商品の造成・販売をしている旅行社もあり、マレーシア市場において訪日旅行への関心の高さがうかがえた。



「フェスティバル・クランタン・ジャパン 2022」



入国手順に関するウェビナー

【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 71.1%減の 8,700 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 85.8%減の 7,000 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証の効力停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の短期間の滞在の新規入国が認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書等の提示が義務付けられている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- インドネシア市場公式ウェブサイトにて、「持続可能な観光を掘り下げる」をテーマに、大阪府と三重県、佐渡島の環境と文化及び伝統が維持、保全されている様子を観光としても楽しむことができる場所を取り上げたページを新たに公開した。具体的には、ウィーンの芸術家であるフリーデンスライトリヒ・フンデルトヴァッサー氏により外観がデザインされた大阪府のごみ処理工場である舞洲工場、三重県の海女小屋、佐渡島のトキの森公園や佐渡金山を紹介した。本ページへの誘引広告も実施し、6 月末までに約 78,000PV を獲得した。



公開したページ(<https://www.japan.travel/id/id/wisata-berkelanjutan-jepang/>)

- 6 月 10 日から、日本への添乗員付きパッケージツアー旅行者の入国が認められ、観光目的での受入が始まった。これを契機とし、ジャカルタ事務所では、6 月 23 日に、インドネシアの旅行業界団体 ASTINDO と連携し、在インドネシア日本国大使館のご協力のもと、旅行会社向けにウェビナーを開催し、合計で約 350 名の旅行関係者が参加者した。日本政府による水際対策強化に係る新たな措置や査証申請、添乗員付きパッケージツアーの条件についての説明・質疑応答を行った。また、ジャカルタ事務所がコロナ期向けに制作した日本の PR 動画を冒頭に流し、観光地としての日本の魅力を再認識してもらう機会にもなった。
コロナ前から査証免除対象者が IC パスポート保有者に限定されており、大半の旅行者は訪日査証申請が必要であったことから、今回の受入再開時の枠組みに査証申請が必要なことについては、違和感なく受け止められているが、質疑応答の際には、入国手続きに関する質問のほか、観光地やランドオペレーターの情報提供を求める声が多くあった。ジャカルタ事務所でも、今後のプロモーション活動を通じて、訪日再開の動きを後押ししていく予定である。

【フィリピン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 88.8%減の 6,700 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 87.4%減の 5,900 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、陰性証明書の提示、到着日を初日として 7 日目までセルフモニタリングの実施が必要となるが、ワクチン追加接種済者は陰性証明書の提示が不要となる。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

◆ フィリピン市場公式 SNS での情報発信

フィリピン市場公式 Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapan.ph/>) (以下 FB) 及び Instagram (<https://www.instagram.com/visitjapanph/>) (以下 IG) を通じた情報発信を実施している。5 月～6 月においては、IG は動画投稿、FB は母の日やベストフレンドデー等の記念日に合わせた参加型の投稿の人气が高かった。共通して行動喚起(CTA)を促進する投稿のエンゲージメント率が高く、人気の投稿は次のとおり。



Facebook 1 位投稿(6 月 8 日)
リーチ数 4,514
エンゲージメント率 46.37%
千葉県 佐倉ふるさと広場
©Alyssa Shimode



Instagram 1 位投稿(6 月 28 日)
リーチ数 6,092
エンゲージメント率 56.45%
東京都渋谷区
@elchomsky

◆ 旅行博出展による日本観光魅力の情報発信

6 月 24 から 26 日にかけて、フィリピン旅行業協会(PTAA)主催の旅行博「Travel Tour Expo 2022」に VJ ブースを出展した。3 日間で約 20,000 人がブースを訪問し、将来的な訪日旅行の情報収集や、日本各地の風景を取り入れたフォトコーナーでの写真撮影等を楽しむ姿が多く見られた。



【ベトナム】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 2.3%減の 39,000 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 35.3%減の 22,900 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）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、入国から 10 日目までの自主的な健康観察等が求められる。日本への直行便は 2022 年 6 月も引き続き運休・減便となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 6 日から 8 日にかけて、アジア地域における航空商談会「Routes Asia 2022」がダナンにて開催され、ハノイ事務所も参加した。COVID-19 感染拡大後初めて開催された大規模オフライン航空商談会であり、各国の航空会社、空港会社、NTO 等 170 以上の団体が参加し活発な商談が行われた。ハノイ事務所は、参加したベトナム系航空会社 4 社（ベトナム航空、バンブー航空、ベトジェット航空、ベトラベル航空）全てと商談を行い、日本-ベトナム間の新規就航・復便等を目的とした日本の観光魅力や JNTO の支援策等を PR した。現時点ではベトナムからの観光を目的とした訪日旅行が不可であることから、一日も早い規制緩和を強く要請される一方、各社からは「早く日本行きのを復活・新規就航させたい」というポジティブな声を多く聞くことができた。
- 5 月に COVID-19 に関する情報発信ページをベトナム市場向けウェブサイト上に開設した（<https://www.japan.travel/vi/vn/coronavirus-updated/>）。日本における COVID-19 新規感染者数や、COVID-19 関連の最新ニュースを週ごとに更新し、ベトナム語にて発信した。また JNTO 本部が運営しているグローバルサイト（英語）上の COVID-19 関連情報をベトナム語に翻訳・掲載し、（<https://www.japan.travel/vi/vn/practical-coronavirus-information/>）、タイムリーな情報提供を行った。



Routes Asia 2022 会場入口

JNTO ブース

【インド】

5-6月の市場動向トピックス

- 2022年5月の訪日インド人数は、対2019年同月比77.4%減の4,500人であった。
- 2022年6月の訪日インド人数は、対2019年同月比77.2%減の3,500人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）等の対象となっている。インド政府による渡航自粛要請の対象に日本が含まれている。自国民の日本からの入国については、陰性証明書の提出、14日間のセルフモニタリングの実施等が必要となるが、ワクチン接種証明書を事前にオンラインで提出した場合は、陰性証明書の提出は不要となる。日本への直行便は、2022年6月も引き続き運休・減便となっている。

5-6月の主なプロモーション活動

- ＊ 「Top Bucket List Destination for Honeymooners 2022」を日本が受賞
5月17日、インドの主要旅行業界紙『Travel Scapes』を発行しているVersatile Media社が、2018年から開催している『Travel Scapes』の読者投票による「Versatile Excellence Travel Awards (VETA) India 2022」の授賞式が行われた。そこで、インド人若年層カップルの人気訪問先を選ぶ「Top Bucket List Destination for Honeymooners」において日本が選ばれた。授賞式には、現地政府観光機関、ホテル、航空会社、旅行業界、ポリウッドセレブなど、多くの関係者が出席した。JNTOがコロナ禍においてもカップル層を意識した投稿や広告など、日本の観光地をプロモーションしてきたことが評価され、本アワードにおける初の受賞に繋がった。
- ＊ 日本のアドベンチャーツーリズムの魅力を紹介するウェビナーを開催
6月16日、インドのアドベンチャー・ツアーオペレーター・協会(ATOAI)と共同で、同協会会員を対象に、日本のアドベンチャーツーリズムの魅力を紹介するライブウェビナーを開催した。参加者は35名で、インド人に人気のゴールデンルートや四季ごとの日本の楽しみ方、訪日旅行に関する基礎情報をプレゼンテーションするとともに、日本の各地で体験できるアクティビティ（パラグライディング、ハイキングなど）を紹介した。また、日系航空会社や日本側ランドオペレーターとも連携し、特に、ランドオペレーターからは、誰でも気軽に体験できるアドベンチャーアクティビティやモデルコースを紹介していただき、インド市場におけるアドベンチャーツーリズムの機運向上に努めた。



授賞式の様子

(写真中央:デリー事務所山本所長)



ウェビナーでのアクティビティ紹介

【豪州】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 96.8%減の 1,500 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 95.7%減の 1,600 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化(陰性証明書の提示等)、査証免除措置の 停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。豪州政府により渡航が十分注意とされている対象に日本が含まれている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種完了証明書の提示等が義務付けられている。また、入国時の州や地域によって、PCR 検査等が必要となる。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 5 月 15 日にメルボルン、5 月 22 日にシドニーで開催された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。今年の来場者数は昨年と比べ約 25%近く増加し、イベント来場者は今冬の訪日スキーに期待をし、積極的に情報収集を行っていた。また、日本からスキーリゾート関連のサプライヤーも多数来豪され、一般消費者への対面での PR 活動が盛んに行われた。ブースで実施したアンケートでは、依然として北海道や長野の人気の高い一方、「あまり外国人観光客がいないところでスキーを楽しみたい」、「知られていない穴場スポットを教えてほしい」という声もあった。
- 5 月 27 日にブリズベンで開催された、スキーに特化した旅行会社 Sno'n'Ski Holidays 主催のセミナー・ネットワーキングイベントに参加し、北海道・東北・長野・新潟といったスキーリゾートについてのプレゼンテーションとネットワーキングを行った。参加者は、豪州で大手の旅行会社である Flight Centre Travel Group の社員を中心に、旅行会社から 111 人、日本側サプライヤー 17 社であった。参加した旅行会社からは、「FIT 旅行者が訪日旅行をできるのはいつからか」、「顧客タイプ(家族連れ・初来日・訪日リピーターで新しさを求めている人など)別のお勧めのスノーリゾートを教えてほしい」といった一般的な質問から、「長野のリゾート地に行く交通手段は何が良いか」といった具体的な質問も寄せられ、訪日旅行に対する興味の高さがうかがえた。



Snow Travel Expo 会場の様子



Sno'n'Ski Holidays 主催 セミナー・ネットワーキングイベント



【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 94.8%減の 8,100 人であった。
- 2021 年 6 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 94.5%減の 9,700 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。米国政府による渡航自粛勧告の対象に日本が含まれている。自国民の日本からの入国については、陰性証明書の提示が義務付けられているほか、入国後、3～5 日以内の検査が推奨されている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- ニューヨーク事務所では、5 月 14 日、ニューヨークで初開催された日本をテーマとしたパレード「Japan Parade」に参加した。日米市民の交流促進、ニューヨークへの感謝の表意、そして日系コミュニティの連携強化という目的を持つ同イベントでは、ステージパフォーマンスや飲食ブース等を通して、多彩な日本の文化が紹介され、JNTO は訪日観光情報提供ブースを出展した。約 3 時間半という短い時間ではあったが、持参したプロモーションは早々に売り切れ、急遽電子版を使用しての紹介に切り替えるなど、常に訪問者でにぎわうほどの盛況となった。アンケート回答者の約半数は訪日未経験層であったが、日本の入国規制の状況のほか、温泉に関する質問が多く寄せられ、米国人の日本への関心の高さをうかがうことができた。ニューヨーク事務所では、今後も当地の一般消費者イベントに積極的に参加し、将来の訪日旅行の需要喚起を図っていく。
- ロサンゼルス事務所では、5 月 3 日から 5 日にかけて開催された北米最大のアドベンチャートラベル(AT)イベント「Adventure Elevate 2022」に出展した。主に北米の AT に特化した旅行会社やメディア等約 230 人が参加し、日本のアウトドアコンテンツの魅力発信を目的とした商談会・ネットワーキングに加え、JNTO 主催のランチセミナーを実施した。ランチセミナーでは、日本全体の AT プロモーションのみならず、2023 年に AT の国際会議である「Adventure Travel World Summit(ATWS)」の開催地となる北海道のアウトドアコンテンツを PR し、日本全体の AT 認知度の底上げと同会議に向けた関係者の機運の向上を図り、参加者からは ATWS 北海道に対する高い期待が寄せられた。商談会においては熊野古道トレッキング等、日本独自の文化や自然観が体感できるアウトドアコンテンツへの需要が見受けられ、今後はこれらも踏まえて米国市場での AT 振興により戦略的に取組んでいく。



Japan Parade でのブース出展の様子



Elevate ランチセミナーの様子

【カナダ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 97.5%減の 900 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 95.3%減の 1,200 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、入国時のランダム PCR 検査等が必要となる。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- JNTO トロント事務所では Instagram、Facebook、Twitter の 3 種類の SNS プラットフォームを通じて日常的に訪日観光の魅力を発信している。より多くのカナダ人に投稿をリーチさせるため、昨年度の SNS 運用結果から高いエンゲージメントを獲得していた花や寺社仏閣に関する投稿を中心にブースト広告を実施したところ、2022 年 5 月～6 月は前年同期比における広告成果よりも 4 倍以上のリーチ・エンゲージメントに繋がったほか、「早く日本へ行きたい」等の訪日観光へのポジティブなコメント獲得に繋がったと考えられる。
- 6 月 10 日から 12 日にかけて、モントリオールで実施された YATAI MTL という日本祭りにモントリオール総領事館と連携してブース出展を行った。JNTO トロント事務所としては約 2 年ぶりのオフラインイベント参加となったが、JNTO ブース来訪者数は想定を大きく上回り、2 日目の開始数時間後には JNTO として用意していた全てのパンフレットが無くなるほどの盛況ぶりであった。128 人から回収したアンケートの結果、比較的若いイベント参加者（76%が 30 代以下）のうち、海外旅行におけるフライト・ホテル予約については航空会社・ホテルのウェブサイトで直接予約する人が 52%、Expedia 等の OTA で予約する人が 28%となり、オンラインで海外旅行を自力手配する人が大半となっている市場特性が伺えた。約 500 人の JNTO ブース来訪者からは日本の FIT 客受け入れ再開を心待ちにする声が多数寄せられ、カナダ市場における訪日旅行回復への手ごたえを感じるイベントとなった。



Instagram 広告の一例



YATAI MTL での JNTO ブースの様

【メキシコ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 96.4%減の 200 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 94.7%減の 300 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化(陰性証明書の提示等)、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 今後の訪日旅行商品販売促進を目的として、現地旅行会社、メディア等約 320 社にニュースレター「Conexión con Japón」を配信。高付加価値旅行向けの体験、宿泊情報、メキシコでも人気の高い寿司やラーメンといった日本の食文化や MICE 情報などを発信した。
- 2022 年 1 月に開設した中南米市場向けスペイン語 SNS(Facebook、Instagram)を通じて、伝統文化、都市観光、異文化体験(食文化含む)などメキシコ人に好まれる様々な日本の魅力を発信した。中でも角川武蔵野ミュージアムやカップヌードルミュージアム横浜に関する投稿は高いリーチ数を獲得し、都市観光や日本食への興味の高さがうかがえた。6 月末の Facebook ファン数は 4,113 人、Instagram フォロワー数は 3,360 人となり、1 月の開設以降、継続的な投稿を通じて、順調にファン・フォロワー数を伸ばしている。



ニュースレター



インスタグラム投稿内容

【英国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 94.0%減の 1,900 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 92.2%減の 2,000 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 5 月 27 日から 29 日にかけて、エクセルロンドンで開催されたポップカルチャーイベント、MCM Comic Con London にブース出展し、一般消費者の訪日旅行の興味関心を高めることを目的とした、プロモーションおよび情報提供を実施した。日本をはじめとしたアジアのコンテンツに焦点を当てた Pop Asia と呼ばれる区画に JNTO ブースを出展し、ブース訪問者約 300 名に対して訪日旅行に関する情報提供を行ったほか、けん玉や福引といった日本らしいアトラクションを実施した。来場者からは日本の漫画やアニメへ高い関心を感じるようなコメントのほか、水際対策緩和後の訪日旅行を見据えた問い合わせが多く聞かれ、訪日旅行再開に対する期待の高さがうかがえた。同会場内ではおにぎりやたこ焼きの屋台に長蛇の列ができるなど、日本食への興味の高さもうかがわれた。
- 5 月 31 日から 6 月 2 日にかけてドイツ、フランクフルトで行われた MICE 見本市、IMEX Frankfurt 2022 にジャパンブースを出展し、共同出展社 9 団体とともに MICE に関する商談を行った。2019 年以来の実地開催となり、出展規模自体は縮小したものの、ジャパンブース総来場者数は 500 名超、JNTO 及び共同出展者の商談数も 350 件を超え、ポストコロナを見据えた訪日 MICE に関する活発な商談が行われた。ブースを訪れる MICE バイヤーからは日本入国に関する質問が多く、入国制限の状況に関心が集まっている印象を受けた。



IMEX Frankfurt 2022 における JNTO プレゼンテーションの様子

【フランス】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 93.5%減の 2,000 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 88.7%減の 2,400 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書等の提出が求められている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 5 月 19 日、フランス南部の都市モンペリエで開催された世界的に有名なオールインクルーシブリゾート Club Med が主催する BtoB 及び BtoC イベントに参加した。高付加価値旅行層をターゲットとし、訪日旅行の魅力を訴求した。同イベントには各国の政府観光局が参加し、BtoB を対象としたセミナー、BtoC を対象とした観光 PR イベントが行われた。BtoB セミナーは 10 社、BtoC イベントには約 100 名が参加し、訪日無関心層からも今後日本行きを検討したいという反応があった。
- 6 月中旬から下旬にかけ、(一社)自治体国際化協会 (CLAIR) と連携し、地方自治体の魅力をフランス市場に発信するための「Facebook ライブ配信」を実施。CLAIR が実施している JET プログラム事業 (外国人の若者を地方自治体で任用し、外国語教育の充実と国際交流を推進する事業) により地方自治体に派遣されているフランス出身の国際交流員の目線で地域における観光地の魅力を紹介した。①6/16 鳥取県三朝町②6/22 山梨県③6/29 長崎県五島市の 3 週連続シリーズで配信後、同ライブ配信はフランス市場公式ウェブサイト内にアーカイブ化され、7 月 15 日現在①～③合計:6,866 回視聴、266 件のコメントがあり、いずれの回も「実際に行きたくなった」というポジティブなコメントが目立った。<https://www.japan.travel/fr/fr/evasion-virtuelle-au-japon/>
- 6 月 23 日、在フランス日本大使館と共催で大使公邸にて「日仏の未来の観光」をテーマにシンポジウムを開催した。基調講演として在パリの日本人建築家・田根剛氏を招き、建築家の視点からのサステナブル・ツーリズムについて紹介いただいた後、同氏に加え、フランス観光開発機構 (Atout France) 総裁、トヨタモーター・フランス代表、パリ事務所ディレクターによるパネルディスカッションを行い、日仏における 10～20 年後の観光について議論を交わした。その後のレセプションでは観光案内ブースを設け、参加者約 70 名に対し資料配布し、観光 PR を行った。



Facebook ライブ配信 (鳥取県三朝町)



Facebook ライブ配信 (山梨県)



シンポジウム「日仏の未来の観光」

【ドイツ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 89.8%減の 2,200 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 86.6%減の 2,100 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書等の提出が義務付けられている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 5 月 24 日から 29 日に、フランクフルトで日本映画祭「Nippon Connection」が開催された。会場での開催は 2 年ぶりで、当事務所では JNTO ブースを設けて訪日観光情報を提供した。現地職員による「まだ知られていない日本の観光地の魅力」についてプレゼンテーションを実施した際には会場満員の約 120 人が参加し、訪日観光への期待が高まっていることが感じられた。日本関連のイベントということもあり、訪日経験のあるイベント参加者も多く、東北や四国といったゴールドルート以外の地域の旅行情報をブースで情報提供を求めてくる傾向にあった。イベント前には、フランクフルト事務所にて Instagram ライブを実施し、訪日旅行を取り扱う大手旅行会社 DIAMIR や Nippon Connection の主催者を招いて、尾道など映画の撮影地となった観光情報を提供した。



JNTO 職員のセミナーの様子



インスタグラムライブの様子

- 6 月 7 日よりドイツの旅行会社を対象とした E-learning を開始した。5 つのエリアに分けてドイツ市場で人気の日本の観光地を紹介し、各章 10 問の中間試験を設定し、それら全てに合格することで最終試験に進める仕様とし日本の知識が深まるようにした。また、フランクフルト事務所では、E-learning の登録者を増やすためのプロモーションとして、最終試験の合格者には日本のお菓子の詰め合わせが当たる等のインセンティブを定期的に用意して、参加者を増やす工夫をしている。



E-learning の登録画面



中間試験

【イタリア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 92.8%減の 900 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 91.2%減の 1,000 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。日本への直行便は、2022 年 6 月も引き続き運休となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 21 日から 22 日にイタリア北部のクレモナで開催された日本文化発信イベント「Japan Show」に、JNTO として VJ ブースを初出展した。同時に錦鯉の品評会「Koi Expo」が開催されていたこともあり、錦鯉で有名な小千谷がある新潟県、街中に鯉が泳ぐ津和野がある島根県、またイタリアで人気の高いゴールドルートに関連する冊子を配布し、訪日意欲を高める情報発信を行った。本イベントには計 7,000 人の来場があり、VJ ブースにも 150 人を超える来訪があった。「日本を訪問したいが、いつ入国できるのか」「初訪日にはどのようなルートがお勧めか」といった具体的な訪日に向けた声が多く、文化を楽しむだけでなく旅行先としても、日本に向けられる関心が引き続き高いことがうかがえる盛り上がりであった。
- 6 月 28 日にローマで毎年開催される映画祭「イゾラ・デル・チネマ」の期間中に、在イタリア日本国大使館及びローマ日本文化会館との連携により、日本祭「イゾラ・デル・ジャポネ」を実施した。今年は、旅行ガイド『ロンリープラネット』が四国を Best in Travel 2022 の地域編に選出したため、「四国」をテーマに、高知県が舞台の映画「竜とそばかすの姫」の上映を行ったほか、四国の観光案内やアトラクションの一環として、阿波踊りの団体「寶船」を招聘。阿波踊りの公演やワークショップなどを通じて日本のゴールドルート以外の destinations のプロモーションを行った。COVID-19 により 3 年ぶりの開催となった本イベントには約 500 名の来場があり、大盛況のイベントとなり、「今まで知らなかった地域や阿波踊りの文化に触れることができ、日本に行きたくなった」などの声を多くいただき、訪日機運向上に寄与した。



「Japan Show」での VJ ブース出展とイベントの様子



日本映画祭「イゾラ・デル・ジャポネ」での訪日プロモーション

【スペイン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 95%減の 500 人であった。
- 2022 年 6 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 94.9%減の 500 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書等の提示等が必要となる。日本への直行便は、2022 年 6 月も引き続き運休となっている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ＊ のぞみ新幹線 30 周年を祝う新幹線イヤーとして、JNTO スペイン市場向けウェブサイトおよび SNS にて、東京から福岡までの新幹線が繋ぐ主な観光地についての情報発信を行った。秋にオープン予定のジブリ・パークのほか、歴史あふれる後樂園や小倉城など、名古屋・岡山と北九州の観光コースを紹介。また、今後開業する西九州新幹線（武雄温泉-長崎、2022 年）、北陸新幹線延伸（金沢-敦賀、2024 年）と北海道新幹線延伸（新函館北斗-札幌、2030 年）を紹介するとともに、東京と名古屋をつなぐ予定のリニア中央新幹線の沿線の観光魅力も発信した。
- ＊ スペイン市場公式 Instagram アカウントのエンゲージメントを高める様々なキャンペーンを実施。5 月の中旬に、公式アカウントのフォロワー数が 3 万人を突破した記念に、現地アパレルショップと連携したロコミキャンペーンを実施し、多くの応募者及び 260 件を超えるコメントが寄せられた。また、スペイン市場において関心の高い訴求コンテンツである日本食に関して、国際寿司の日（6 月 18 日）に合わせて情報発信を行い、現地の回転寿司店と連携しキャンペーンを実施した。お寿司を一緒に食べたい人へ投稿をシェアする企画で、2,000 件を超えるコメント及び投稿シェアがあり、高い反響があった。
- ＊ 5 月 12 日、在バルセロナ日本国総領事館及び山口県とともに、Instagram のコラボ機能を活用して、山口県山口市の瑠璃光寺や萩市の萩城など、5 つの魅力ある観光地を紹介する短編動画を発信した。



新幹線イヤープロモーションについての情報発信



現地回転寿司店と連携したキャンペーン

【中東地域】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2022 年 5 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 89.4%減の 600 人であった。
- 2022 年 6 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 89.7%減の 800 人であった。
- COVID-19 の拡大により、中東地域各国も日本政府による検疫強化(陰性証明書の提示等)等の対象となっているが、一部の国は「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、中東地域各国で、指定アプリのダウンロード等、入国制限や入国後の行動制限が設けられている。日本への直行便は、2022 年 6 月も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

- 5 月 9 日から 12 日にかけて、ドバイにおいて中東地域最大規模の旅行見本市である Arabian Travel Market2022 が開催された。昨年に続きドバイ事務所が日本ブースを出展し、来場した旅行業界関係者に対して訪日旅行情報の提供を中心とする商談を行った。訪日外国人観光客受入再開の発表前だったこともあり、受入再開を待ち望む声が多く寄せられたとともに、再開した暁には積極的に送客を行いたいという意欲的な関係者が多く見られた。会期中は、昨年実績を大幅に上回る 2,000 人超が日本ブースを訪れ、連日盛況となった。
- ドバイ事務所が運用しているアラビア語 SNS アカウント(Facebook・Instagram)において、引き続き中東地域の旅行者に向けた情報発信を行っている。5 月を例にとると、「濃溝の滝」、「ひたち海浜公園」といった自然の魅力を訴求する投稿が特に高い反応を集めた。いずれの投稿も、1 つの観光コンテンツについて時期や撮影角度を変えた画像を 4 枚程度掲載することで、多角的に PR することができている。アラビア語 SNS アカウントでは、上記のような知見を踏まえながら、7 つのパッション(Nature、Tradition、Cuisine、Art、Relaxation、Cities、Luxury Accommodation)を軸に日本の多様な魅力の発信を継続していく。



Arabian Travel Market2022 日本ブースの様子



Facebook 投稿(濃溝の滝)