

<http://www.jnto.go.jp/>

JNTO ニュースフラッシュは、日本政府観光局（JNTO）の事業パートナーである賛助団体・会員の皆様にお届けしています。

□■ INDEX ■□

《JNTO レポート》

- 訪日旅行のきっかけづくり【上海発】
- 2017年デジタルマーケティングの動き【情報戦略室発】
- 日本食の魅力を活用したハイブリッド型プロモーション事業の展開～シンガポールにおける訪日プロモーションのモデルケース～【シンガポール発】

《お知らせ》

- 「インバウンドビジネスセミナー」（広島）開催のご案内（締切：2/9）
- ビジットジャパン ベトナム事業への配布資料募集（締切：2/10）
- ベトナム・ハノイ・Viet Nam International Travel Mart - VITM Ha Noi への配布資料募集（締切：2/10）
- 上海「WTF 2017」への出展・参加団体募集（締切：3/3）
- 外国人観光案内所の2016年度中の認定について
- 「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2017」の日本国内セラー出展方法・料金を変更します

《□■事業パートナーからのPR情報■□》

- ◆ SAMPLE*SAMPLE* SAMPLE*SAMPLE* SAMPLE*SAMPLE* 【SAMPLE*SAMPLE*】
- ◆ SAMPLE*SAMPLE* 【SAMPLE*SAMPLE*】
- ◆ SAMPLE*SAMPLE* 【SAMPLE*SAMPLE*】

■訪日旅行のきっかけづくり【上海発】

JNTO 上海事務所では、2016 年 11 月 26 日に上海市内のブックカフェにて、「新しい日本の伝統工芸を訪ねる旅」と題し、ファッションジャーナリストの生駒芳子氏によるトークイベントを開催しました。

約 1 時間半のプレゼンテーションのなかで紹介されたのは、カラフルな漆のアクセサリや、加賀繡と FENDI のコラボバッグ、江戸切子のバンゲル、西陣織のドレスなどの進化系の伝統工芸プロダクトで、ここ数年増加している若手や女性の職人など、新たな担い手によって日本の伝統工芸マーケットが活気づいているといった印象でした。さらには、益子の陶芸や美濃の和紙漉き、石川での蒔絵体験など、伝統工芸の里を訪ねる旅の提案や、生駒氏が携わる文化庁の「日本遺産」プロジェクト紹介など盛りだくさんの内容でした。

参加者からの質問も相次ぎ、会場アンケートでは 9 割以上の方が、イベント後に訪日意欲が高まったと答えています。

http://www.jnto.go.jp/jpn/member_logins/members_service/assets/files/H28/newsflash/SHA.NF.event.photo.pdf
(イベントの様子)

今回のイベントの集客にあたっては、会場であるブックカフェの SNS のみで募集を行い、JNTO の SNS での告知は一切行いませんでした。

このブックカフェでは、アート系の書籍を中心に、海外の雑貨や衣類などを扱っており、週末には上海市内の感度の高い若者たちで混み合います。実際、会場アンケートでは、20 代が 6 割強、30 代が 3 割、40 代が 1 割弱でした。特筆すべきは、海外旅行経験者は 9 割で、うち、10 回以上と回答した人が 4 割弱に上っている点です。

訪日旅行経験者は全体の 4 割で、訪問地は東京、大阪およびその周辺が大半を占め、次いで九州と続きますが、それ以外の地域に足を延ばしたことのある参加者は少数でした。

今回のイベントは、このような訪日旅行潜在層に対して、彼らの関心事を切り口に日本を紹介し、訪日のきっかけを提供するとともに、地方へ足を運んでもらうための動機付けを目的としています。

今や、上海やその周辺都市在住者にとっては、東京まで 3 時間以内、福岡ならば約 1 時間半で到着できるため、成都に 3 時間半かけていくよりも、LCC で日本へ行く方が近くリーズナブルで、いつでも行ける国になりつつあります。一方で、だからこそ優先順位が低くなるという状況にあり、体力のある若いうちは、欧米の国々へ行きたいという声もよく聞きます。

このような環境で、日本に目を向けてもらい、限られた時間と予算のなかで日本に来てもらうには、強力なきっかけが必要です。

きっかけづくりには、様々な手段がありますが、ニーズが多様化し、選択肢の多い現代において、総花的な旅行情報の露出や商品値引きのみでは、上海の成熟した訪日潜在層を惹きつけることは困難で、市場特性を見極めた複合的なアプローチが必要となります。

上海事務所では、引き続き、華東地域を中心とする市場動向を注視し、様々な切り口での訪日旅行のきっかけづくりを行ってまいります。

お問い合わせ → 海外プロモーション部 東アジアグループ

TEL : 03-6691-3892 E-mail : promotion_ea@jnto.go.jp

■2017年デジタルマーケティングの動き【情報戦略室発】

Facebook等のSNSの活用については、多くの書籍やこれまでのニュースフラッシュでもその重要性が伝えられています。一部では「Facebook時代はもう終わった」という記事も目にしますが、先日都内で開かれたあるフォーラムでは「Facebookユーザーは依然として伸び、全世界での月間アクティブユーザー（Monthly Active Users＝MAU）は17.8億」とのことでした。またインスタグラムにおいてもユーザー数は増加し、昨年末の公式発表ではMAUは6億を超え、半年間で約1億ユーザーが増えたこととなります。

2017年のデジタルマーケティングの動きについて、情報戦略室では下記に注目しています。

①動画活用

昨年に続き更なる動画の活用が予想されます。従来型の動画だけでなく「縦型動画」や「24時間限定動画」等、その形式やコミュニケーションの仕方はより多様になるでしょう。Facebookの話では「タイムライン上の動画は最初の3秒の間にユーザーの親指を止めることができるかが勝負」とのことでした。既存の動画素材をそのまま使わず、メディアの特性に応じて動画をカスタマイズしていくことが益々重要となるでしょう。

②SNSの役割変化

従来SNSは「自社のファンを作りそのファンと継続的に関係性を深めるもの」でしたが、それとともに「SNSは新しいニュースや情報を取得する為のメディア」という考え方が特に若年層を中心に進んでいます。つまり「日本のファン層により日本の魅力を届ける」だけでなく、「日本を知らない人たちに日本自体のことを知ってもらう」際にもSNSを活用する必要があるのです。

【参考】2016年10月～12月 JNTO グローバルアカウント人気投稿ベスト3

1位.11/17（イルミネーション）<https://www.facebook.com/visitjapaninternational/posts/1260947593977651>

2位.11/3（七五三）<https://www.facebook.com/visitjapaninternational/posts/1237920969613647>

3位.11/10（紅葉）<https://www.facebook.com/visitjapaninternational/posts/1249901395082271>

③コンテンツへの信頼性

昨年末、日本では大手企業が運営するキュレーションサイトが一気に閉鎖され、米国では「偽ニュース」という言葉が広まりました。このような動きを受けて今年はコンテンツの信頼性がより強く求められるでしょう。権利許諾の確認は勿論、記事の作成者（社）や信憑性に目が向けられる一方、きちんとしたコンテンツを作ってきた人たちにとってはその価値が見直されるチャンスでもあります。

果たして今年はどうなメディアが流行するのでしょうか。新しいメディアやツールがどれだけ登場してもコミュニケーションの本質は不変です。情報戦略室では、今年も地に足をつけながら日本の魅力を発信していきたいと思えます。

お問い合わせ → 海外プロモーション部 情報戦略室

TEL : 03-6691-3892 E-mail : sentsu@jnto.go.jp

■日本食の魅力を活用したハイブリッド型プロモーション事業の展開～シンガポールにおける訪日プロモーションのモデルケース～【シンガポール発】

JNTO シンガポール事務所では、シンガポール市場の FIT 化、デジタル化の進行によりターゲットへの直接的なアプローチが困難になってきている状況を踏まえ、オンラインとオフラインをうまく組み合わせたハイブリッド型プロモーションを推進しています。今回はその代表的なモデルケースとして、2016 年 9～11 月にかけて JNTO にて実施した「Japan' s Local Flavours to you」の事例をご紹介します。

Phase 1 : オフラインによる直接的な「認知=きっかけ」の拡大

当地大手レストランチェーン「Soup Spoon」とタイアップし、東北・中部・九州の名産品等を用いた特別メニューを期間中に開発・販売するとともに、同社ウェブサイトにおける特設サイトの開設、店内での宣伝広告や訪日商品等が抽選で当たるラッキードロー等を展開しました。また、同社創業者且つ当地にて有名ブロガーであるスーパーシェフによる情報発信や同社顧客ネットワークへの発信等も伴い、約 6 万人の方が特別メニューを実際に体験しました。加えて、当地で日本食を通じた訪日プロモーションを展開する「ぐるなび」とのタイアップにより、同社が提携する日本食レストランにおいてご当地グルメフェアを開催し、こちらも特別メニューの販売やラッキードローを展開する等、シンガポールにおいて大々的な日本食プロモーションを実施しました。

↓

Phase 2 : 「きっかけ」を訪日意欲に繋げ、オンラインを通じて市場全体へ拡散

上記訪日キャンペーンの特設オンラインサイトを開設し、Phase 1 でアプローチした潜在顧客を誘引するため、記憶に新しい日本食の魅力とともに、ビジュアルライズされた訪日観光情報を発信しました。SNS における拡散も伴い、シンガポール市場全体を通じて、実際に日本へ行ってみたいという訪日意欲の向上へ繋げました。

↓

Phase 3 : OTA と連携したセールスキャンペーンにより、訪日商品の購買へ！

並行して、当地大手 OTA である Expedia 等と連携した訪日セールスキャンペーンを実施しました。OTA 販売サイトにおける訪日特設ページの開設や訪日特別商品の販売等をおこない、Phase 2 で高められた訪日意欲を実際に訪日商品の購入へ結びつける仕組みを構築した結果、2016 年 9～11 月の連携先 OTA における訪日商品の販売数は前年同時期比+約 22%と、シンガポール市場の最大ハイシーズンである 11～12 月の訪日数の伸び率を上回り、年間の訪日シンガポール人旅行者数の増加に大きく貢献する事業となりました。

このように、シンガポール市場においては、オンラインの拡散性とオフラインの体験性を組み合わせることによって、顧客のパーチェスファネル（1. 認知→2. 興味・関心→3. 検討・購入）の入口から出口までを一気通貫

するプロモーションが有効といえます。

シンガポール事務所では、今後もシンガポール市場の特性を踏まえた訪日プロモーションを展開し、賛助団体・会員の皆様とともに訪日シンガポール人客の更なる増加へ活動していきますので、引き続きご協力のほど、よろしくお願いいたします。

お問い合わせ先 → 海外プロモーション部 東南アジアグループ
TEL:03-6691-3892 Email: promotion_sea@jnto.go.jp

□■お知らせ■□

■「インバウンドビジネスセミナー」（広島）開催のご案内（締切：2/9）

JNTO では中国新聞社、日本経済新聞社と共催で、主にこれから新規でインバウンドへの取り組みを検討している民間事業者、自治体関係者等を対象として、地方でのインバウンドビジネスのあり方について考えるセミナーを2月16日（木）に広島市で開催します。是非ご参加ください。

<申込締切>

2017年2月9日（木）

詳細・お申し込みはこちら → http://unei-jimukyoku.jp/inbound/about_hiroshima.html

担当部署 → インバウンド戦略部 会員サービスグループ 担当：原田
TEL：03-6691-3891 E-mail：members_service@jnto.go.jp

■ビジットジャパン ベトナム事業への配布資料募集（締切：2/10）

JNTO では、日本の多様な魅力の紹介を目的として、現地旅行会社の店舗や訪日促進イベントやセミナー商談会、その他の関連事業にて活用することのできる資料（観光リーフレット、パンフレット等）の募集をいたします。貴自治体にてお持ちの観光資料がございましたら、ぜひお申し込みください。なお、ご提供いただいた資料は、他省庁連携や目的を同じくする活動においても活用させていただきます。

<申込締切>

2017年2月10日（金）

詳細・お申し込みはこちら → http://www.jnto.go.jp/jpn/news/20170127_4.pdf

担当部署 → 海外プロモーション部 東南アジアグループ

TEL：03-6691-3892 E-mail：promotion_sea@jnto.go.jp

■ベトナム・ハノイ・Viet Nam International Travel Mart - VITM Ha Noi への配布資料募集（締切：2/10）

ベトナム市場にて今年度事業内で配布する観光パンフレット、ギブアウェイを募集します。この機会を是非ご利用ください。

<申込締切>

2017年2月10日（金）

詳細・お申し込みはこちら → http://www.jnto.go.jp/jpn/news/20170127_5.pdf

担当部署 → 海外プロモーション部 東南アジアグループ

TEL：03-6691-3892 E-mail：promotion_sea@jnto.go.jp

■上海「WTF 2017」への出展・参加団体募集（締切：3/3）

2017年4月20日（木）～4月23日（日）にかけて、上海で開催される旅行博「WTF2017」にジャパンパビリオンを出展します。是非参加をご検討ください。

<申込締切>

2017年3月3日（金）日本時間 18:00 必着

詳細・お申し込みはこちら → <http://www.jnto.go.jp/jpn/news/20170127.pdf>

担当部署 海外プロモーション部 東アジアグループ

TEL: 03-6691-3892 E-mail：promotion_sea@jnto.go.jp

■外国人観光案内所の 2016 年度中の認定について

<2016 年度中に認定を希望される申請団体様へ>

2016 年度中（2017 年 3 月末）の認定受付は、2017 年 1 月 13 日（金）に一旦締め切りとさせていただきます。

なお、2016 年度中に認定を希望される場合は、事前に下記お問い合わせ先までご相談ください。

※内容に不備がある場合は、申請から認定までの標準処理期間（約 60 日間）よりお時間がかかります。

申請募集についての詳細は、下記 JNTO のウェブサイト을併せてご覧ください。

http://www.jnto.go.jp/jpn/projects/visitor_support/new_network/index.html

お問い合わせ先 → インバウンド戦略部 受入対策グループ

TEL : 03-6691-3891 E-mail : ukeire@jnto.go.jp

【観光庁より・参考】

観光庁は下記の 2 つの補助制度の二次募集を開始していますので併せてお知らせいたします。

1.JNTO 認定外国人観光案内所制度に基づくカテゴリーⅡ以上に認定されている又は認定の見込みがある外国人観光案内所に対する補助制度。

2.地域の観光名所に関する情報提供や、観光拠点に関連した体験・学習等の提供を行う観光拠点情報・交流施設に対する補助制度。

詳しくは下記の観光庁ホームページをご覧ください。

カテゴリーⅡ以上の認定外国人観光案内所への支援を開始します【二次募集】2/10（金）17:00 締切

http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000231.html

観光拠点情報・交流施設への支援を開始します【二次募集】2/10（金）17:00 締切

http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000230.html

【お問い合わせ先】

観光庁外客受入担当参事官付 担当：永田/原田/萩谷

TEL : 03-5253-8111（内線 27907、27917）03-5253-8972（直通） FAX : 03-5253-1563

■「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2017」の日本国内セラー出展方法・料金を変更します

日本政府観光局（JNTO）では、2017年9月21日（木）から日本最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2017」を開催します。

本年は、商談会場を東京ビッグサイト東7ホールへ変更することに伴い、海外バイヤー・国内セラー数を拡大する計画です。特に国内セラーの参加希望者の急増に対応するため、出展枠を大幅に拡大させると共に、各参加者のニーズ・希望に応じ、参加プランを選択できるようにいたします。

詳細はこちら → http://www.jnto.go.jp/jpn/news/20170127_3.pdf

お問い合わせ先 → 海外プロモーション部 市場横断グループ

TEL：03-6691-3892 E-mail：global_projects@jnto.go.jp

□■事業パートナーからのPR情報■□

*SAMPLE*SAMPLE*SAMPLE* *SAMPLE*SAMPLE*SAMPLE* SAMPLE*SAMPLE*SAMPLE* SAMPLE*SAMPLE*

次号は2017年2月3日（金）発行予定です。

JNTO ニュースフラッシュへのご意見・ご質問・宛先の変更、
JNTO の賛助団体・会員に関するお問い合わせは
members-service@jnto.go.jp までお寄せください。

賛助団体・会員サービスの詳細は http://www.jnto.go.jp/jpn/biz_partners/index.html をご覧ください。

☆☆発行☆☆

日本政府観光局（JNTO）

インバウンド戦略部会員サービスグループ

〒160-0004 東京都新宿区四谷 4-4-1

TEL:03-6691-3891 FAX:03-6691-8788

<http://www.jnto.go.jp/jpn/>