

## 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 10 月

日本政府観光局 (JNTO)

## 【韓国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 96.4%減の 20,400 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日韓国人数は、対 2019 年同月比 90.8%減の 28,500 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。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。日本からの入国については、陰性確認書の提示、入国後1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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 昨年度に制作した、バリアフリー先進国としての日本のイメージ動画に関して、車いすで日本を旅行するプロモーション動画上に「手話」解説を新たに追加したバージョンを事務所 YouTube チャンネルで 8 月に公開し、ユニバーサル・ツーリズムのさらなる推進を図った。



手話解説を追加したバリアフリー動画

<https://www.youtube.com/watch?v=PZFMqy37pWM>

- 訪日航空路線が徐々に再開する中、訪日需要の喚起及び訪日商品の販売促進を目的に、韓国の大手航空会社・旅行会社及びイベント等を通じて一般消費者に提供するギブアウェイとして、リサイクル可能で自然にやさしいエコマスクを制作・配布し、好評を得た。また、同マスクには QR コード（デジタル・パンフレット「EXPLORE DEEPER - Sustainable Travel Experiences in JAPAN-」）を入れたステッカーを付け、JNTO によるサステナブル・ツーリズムの取組を広く周知した。



配布したマスクとQRコードを入れたステッカー

## 【中国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 98.6%減の 14,800 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 98.8%減の 12,300 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）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 7 日間の施設での隔離、3 日間の自宅での健康観察、複数回の PCR 検査等が求められている。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ◆ 上海の地方自治体事務所や、インバウンド事業に取り組む日系企業等 64 社・団体が加入し、在上海日本国総領事館と JNTO が事務局を務める「ビジット・ジャパン推進会」の会員 113 名に対して、8 月末にニュースレターを配信した。ニュースレターでは、JNTO の訪日外客数統計や活動報告、中国人の夏休み親子旅行に関するオンライン旅行会社のレポートなど、訪日インバウンドや中国国内旅行市場に関するタイムリーな情報を広く提供し、現地インバウンド関係者の情報アップデートに貢献した。



共有した JNTO の活動報告



ビジット・ジャパン推進会の様子(2021 年 9 月)

- ◆ 在広州日本国総領事館が管轄地域内の査証申請代理機関を集めて実施した意見交換会で、JNTO 及び訪日旅行の魅力を紹介するプレゼンテーションを行った。訪日インバウンドに関する取り組みの重要性や日頃の JNTO の活動を改めて知ってもらうとともに、最新の観光スポットや代表的な体験型コンテンツを中心に、訪日旅行の魅力を紹介した。参加者は訪日旅行に対する関心が高く、一部機関とは来客者用の受付窓口での訪日プロモーション映像放映の提携にも繋がった。

## 【台湾】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 99.2%減の 3,900 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 98.8%減の 5,000 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。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。台湾籍者の日本からの入境については、入境後の 3 日間の隔離及び 4 日間の自主防疫等が必要となっている。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ★ 8 月 19 から 22 日にかけて開催された台北国際観光博覧会(TTE)にビジット・ジャパン(VJ)ブースを出展した。4 日間の来場者総数は約 18 万人(昨年約 16 万人)、VJ ブース来訪者数は約 6 万人(昨年約 5 万人)と、昨年に比べ増加しており、観光渡航再開への期待感が表れる結果となった。VJ ブースでは、日本各地の観光情報の発信に加え、和菓子作り体験や日本各地の自治体・事業者と連携したイベント等を実施し、いずれも多く参加者を集めた。



VJ ブースの様子



VJ ブースの様子 和菓子作り体験



メインステージの様子 事業者と連携で日本の PR



VJ ブースの様子 自治体による日本地域の PR

## 【香港】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2021 年 7 月の訪日香港人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 1,100 人であった。
- 2021 年 8 月の訪日香港人数は、対 2019 年同月比 99.3%減の 1,300 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。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 検査等、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 検査等、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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 【香港ブックフェア出展】 7 月 20 日から 26 日にかけて、「香港ブックフェア 2022」へ出展した。主催者の香港貿易発展局(HKTDC)によると来場者は昨年から 2 万人増の 85 万人、うち JNTO ブースには推計で昨年の倍以上の約 5 万人の来場があった。JNTO ブースでは、昨年度に引き続きコロナ後に行きたい地域にシールで投票するトラベルヒートマップや、昨年度制作した Ebook 掲載コンテンツの紹介とともに日本の特産品などが当たる福引イベントなどを実施した。各イベントは開始後すぐに景品がなくなってしまうほどの人気で、来場者からは「北海道へ 10 回以上訪問したことがある」など、過去の訪日旅行についてのコメントが寄せられた。



香港ブックフェアでの様子

- 【第 1 回オンラインセミナーの実施】 7 月 24 日にオンラインセミナーを実施した。通年で 5 回の実施予定のうち今回が第 1 回目で、岐阜県飛騨高山の古い街並みをテーマに、香港在住の旅行記者からの観光情報紹介のほか、飛騨高山の街並みからの中継も行い、香港人に人気の飛騨牛の試食や飛騨さしこを紹介した。当日は香港ブックフェアの開催期間中であったことから、JNTO ブースのモニターでも同時放映を行った。セミナー中には飛騨高山の厳選名物セットが 3 名に当たるクイズも行い、ライブ中の視聴者は Facebook と YouTube を合わせて約 3,800 人、アーカイブを含む総視聴者数は 8 月末時点で約 2 万 3,000 人にのぼった。
- 【SNS でのキャンペーン】 8 月 19 日から 9 月 4 日にかけて、香港市場公式 Facebook にて、「誰と日本に行きたいかとその理由」を答えてもらうプレゼントキャンペーンを行った。117 名の参加があり、「以前訪れて良かった場所にまた家族や夫婦パートナーと一緒に行って、温泉や食事を楽しみたい」というようなコメントが多く見られ、参加者の訪日旅行再開への期待の高さが伺えた。訪問希望先としては、北海道、沖縄、京都、富士山等が人気であった。

## 【タイ】

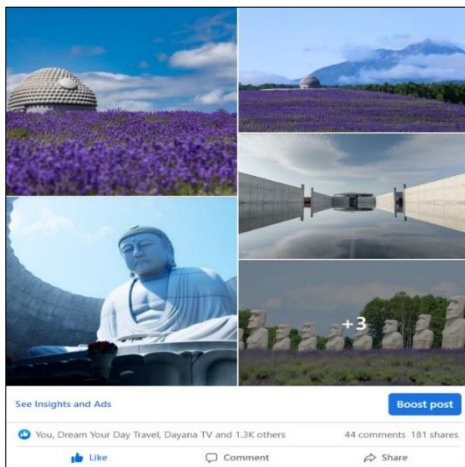
### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 93.4%減の 4,800 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 89.7%減の 5,100 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、ワクチン接種証明書等の提示が必要となる。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8月の主なプロモーション活動

#### ＊ SNS での情報発信（継続）

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・スポットを紹介)」を念頭に Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>) 等での情報発信を継続して実施した。



#### ■ 真駒内滝野霊園

北海道の人気フォトスポットである、世界的に有名な日本人建築家が設計した真駒内滝野霊園を紹介。

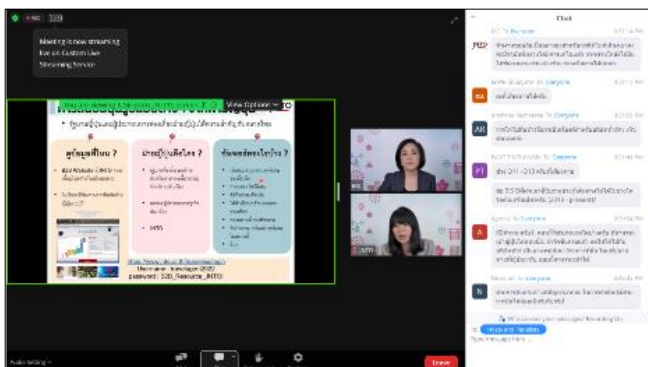
夏には 15 万本以上のラベンダーで彩られた頭大仏(写真左上)が見られ、いろんな角度からのフォトジェニックな写真を使用し、興味を持って貰えるよう投稿を行った。

リーチはオーガニックで 74,085、エンゲージメントは 8,6467、4,800 以上いいねの反応があり、7 月で一番人気の投稿となった。

投稿日：7 月 13 日

#### ＊ タイ旅行会社向けセミナーの実施

タイの旅行会社向けに訪日旅行の最新情報の提供及び訪日旅行商品企画造成・手配・販売力の強化等を目的としたオンラインセミナーを 8 月 24 日に実施。訪日旅行に係る入国関連情報や、新規オープン施設の情報などを紹介した。今後は、12 月までにセミナーを計 4 回実施予定。



## 【シンガポール】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 90.8%減の 2,000 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 90.9%減の 1,800 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。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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 8 月 12 から 14 日の 3 日間で、シンガポール最大の旅行見本市 NATAS が 3 年ぶりに開催され、VJ ブースを出展した。NATAS への来場者数は約 7 万人と、2019 年の約 11 万人から減少したものの、週末には会場の入り口に長蛇の列ができ、シンガポール人の高い旅行意欲が感じられた。VJ ブースには約 5 万人が訪れ、観光情報案内カウンターには約 780 件の問い合わせがあった。日本の入国規制についての質問が多かったが、その他、自然や景勝地等の観光地、レンタカーを利用した移動等を含む交通手段についての質問が特に多く寄せられた。VJ ブースで 1,800 人に実施したアンケート結果によると、62%が半年以内に 6 時間以上飛行機に乗る中距離以上の旅行を計画していることが確認できた。また、既に訪日ツアーに参加した、もしくは、予約・購入したと回答した人が 28%と、現在の入国規制下でも多くの来場者が訪日を予定していた。同フェアは旅行商品の即売会でもあり、出展した旅行会社へのヒアリング結果では、3 年前の 2019 年と同程度の訪日旅行の売り上げがあったという声もあった。特に、シンガポールからの国外旅行のピークシーズンである 12 月の訪日ツアーは人気が高く、ほとんどの旅行会社では海外旅行商品が完売していた。
- 8 月 11 日から 9 月 30 日にかけて「日本の祭り」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施した。特設サイト (<https://japanbyjapan.com/japanfestival/>) では、日本各地の特徴のある祭りや、祭りを楽しむための基礎知識のほか、四国ツーリズム創造機構と連携して「踊る島四国」と題し、四国四県それぞれの特徴ある祭りを紹介した。また、高知県のよさこい情報交流館および、徳島県の阿波踊り会場からライブ中継を実施し、シンガポール事務所の運営する Facebook ページから配信した。当該動画はアーカイブも含め 8,500 回以上視聴された。



NATAS 内 VJ ブース



日本の祭りキャンペーン

## 【マレーシア】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 93.0%減の 1,600 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 88.9%減の 2,200 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ている。自国民の日本からの入国については、指定アプリのダウンロードが必要となる。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 2 日から 3 日にペナンで開催された一般消費者向け旅行博「MITM Penang 2022」に出展した。同旅行博は COVID-19 により中断されて以降、3 年振りの開催となり、現地旅行会社による国内・海外旅行商品の即売も行われ、総来場者数は約 1 万 5,000 人であった。6 月 10 日から観光目的の訪日パッケージ旅行が条件付きで再開されたことを受け、2 日間で 5,000 人を超える方々が VJ ブースを訪問した。来場者からは「個人旅行再開の時期」、「おすすめの観光地」、「東京から北海道、関西(大阪)から中四国へのアクセス」といった具体的な質問が多くなされ、ブース来場者向けアンケートでは、81%の方が日本へ行きたいと回答があったことから、水際対策制限下においても、訪日旅行への期待の高さは衰えることがない状況であった。
- 7 月 18 日にクアラルンプール市内の日本食料理店を会場として、現地有カメディアとのネットワークイベントを開催した。イベントにはメディア 14 名が出席し、JNTO よりマレーシア市場におけるプロモーション活動の紹介や訪日旅行の最新情報の提供を行うとともに、当日提供した食材の産地やサステナブル・ツーリズムの観点から日本観光の魅力を紹介することで、訪日旅行に関する知識を深めていただく機会となった。イベントの様子は現地主要メディア、SNS を通じて幅広く紹介され、消費者への訪日旅行情報の提供となり、将来の訪日旅行に繋がるきっかけ作りとなった。



<MITM Penang 2022 の様子>



<メディアイベントの様子>



# 【インドネシア】

## 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 71.4%減の 7,200 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 57.3%減の 6,900 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）、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が義務付けられている。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

## 7-8 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おいてポップカルチャーや日本の夏祭りを紹介するページをそれぞれ公開した。ポップカルチャーのページにおいては、コスプレ体験、アニメ関連グッズの購入等を楽しめるスポットとして、秋葉原、中野ブロードウェイや原宿を紹介した。また、日本のアニメについて理解を深めることができる施設として、杉並アニメーションミュージアムや京都国際マンガミュージアム等を紹介した。夏祭りのページにおいては、青森県のねぶた祭、東京都の隅田川花火大会、大阪府の天神祭、徳島県の阿波おどり等、地域ごとの日本の伝統的な祭りを紹介した。各コンテンツは、同ウェブサイト内関連コンテンツと連動をさせ、コンテンツ同士の回遊性を高める工夫をするとともに、本ページへの誘引広告や、インドネシア市場公式 SNS で公開をお知らせする投稿も実施した。特にポップカルチャーのページでは、8 月下旬の公開から約 1 ヶ月で 1 万 2,000 以上の PV 数を獲得している。



ポップカルチャーのページ (<https://www.japan.travel/id/id/spesial-kebudayaan-populer/>)



夏祭りのページ (<https://www.japan.travel/id/id/keseruan-festival-musim-panas/>)



## 【フィリピン】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 81.7%減の 6,900 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 75.2%減の 7,800 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）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、陰性証明書等の提示、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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 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/> ) 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。7 月から 8 月においては、IG は UGC (User-Generated Content: ユーザー生成コンテンツ) や動画投稿、Facebook は壮大な自然の写真投稿の人气が高かった。傾向としてエンゲージメントはどちらも動画投稿が高い。人気の投稿は次のとおり。



Facebook 1 位投稿 (7 月 27 日)  
オーガニックリーチ数 16,724  
オーガニックエンゲージメント率 2.45%  
長野県松本市上高地



IG 1 位投稿 (7 月 20 日)  
オーガニックリーチ数 9,450  
オーガニックエンゲージメント率 54.15%  
沖縄県のローカルフード  
@thelarachannel

#### ● BtoB 向けニュースレターでの情報発信

マニラ事務所では毎月 1 回旅行会社等向けのニュースレターを発行している。7 月は花火大会、浴衣のレンタル、お祭りで楽しめる食べ物等、夏祭りに関する情報を、8 月は自然の中で楽しめる観光スポットやアクティビティに関する情報等を発信した。旅行会社からは、訪日旅行に係る規制や諸手続きに関する問い合わせとともに、夏祭りへのアクセス方法等に関する問い合わせもあった。



7、8 月の旅行会社等向けニュースレター

## 【ベトナム】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 44.3%減の 22,700 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 24.5%減の 33,000 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）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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 14 日から 17 日に、ベトナム中部の都市ダナンにおいて開催された「ダナン越日フェスティバル 2022」に VJ ブースを出展した。VJ ブースには 4 日間で 4,464 人の来訪があり、インフォメーションカウンターでの情報提供を行った結果、9 割以上が「日本への訪日意欲が高まった」と回答した。また、7 月 15 日には在ダナンの旅行会社向けにセミナーを主催し、訪日観光の現状説明や観光地の紹介などを行った。アンケートを実施した結果、訪日旅行再開に向けて「入国手続きと申請方法」、「ビザ申請と取得について」、「COVID-19 感染時の対応」の情報が必要との声が多く寄せられ、また送客にあたり必要な支援としては「観光情報提供」、「ランドオペレーターの情報提供」、「広告費や助成金による支援」等が上位に挙げられた。



開幕式



VJ ブース



旅行会社向けセミナー

- 7 月 21 日から 23 日にかけて、ホーチミン高島屋と連携し、富裕層向けの訪日旅行 PR イベントを開催した。ベトナムにおける高付加価値旅行の需要の喚起を狙いとしたもので、現地旅行会社 4 社による訪日ツアーや査証手配に関するプレゼンテーションや、アフタヌーンティーを楽しみながらの相談会を実施し、3 日間で 318 名が来場した。来場者からは、日本のおすすめの観光地や JR パスについての質問等があった。アンケートでは 96%が「日本に旅行したい気持ちが高まった」と回答し、ハノイ事務所として初めての試みである富裕層向けイベントとして成功裡に終わることができた。



高島屋内ティールームでの相談会

## 【インド】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 68.2%減の 4,200 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 58.7%減の 5,500 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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

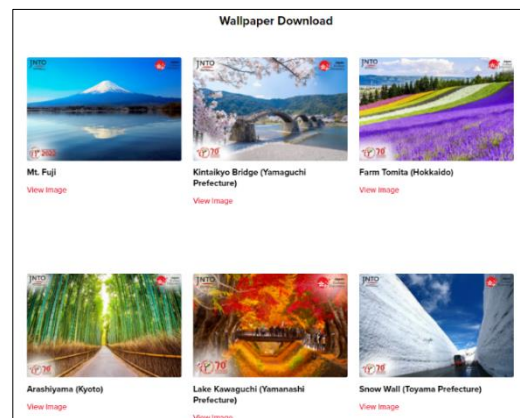
### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ◆ 「日印国交樹立 70 周年」特集ページのコンテンツ拡充

2022 年 1 月 1 日から 12 月 31 日は「日印国交樹立 70 周年」の記念期間であるため、両国にゆかりのある観光関連コンテンツを紹介する特集ページをインド市場 JNTO ウェブサイト内に制作し、7 月 26 日に公開した。紹介されている内容例としては、1949 年にインドのネルー首相からインディアというインド象が寄贈されたことからゆかりの地として知られる上野公園(東京)や、非西欧圏で初めてノーベル文学賞を受賞したインドの詩人であるラビンドラナード・タゴールが約 2 か月半滞在したといわれている三溪園(横浜)等、観光地とリンクさせる形で日印の国交の歴史を振り返っている。また、日本とインドには共通の神様が多く存在することについても紹介し、訪日旅行時にインドの方々が神社などで目にする神様の多くのルーツがインドの神様であることなど、様々な観点から紹介している。今後オンライン広告の実施を通じて、同ページを消費者へ PR をしていく予定。また、同ページの最下部において、オンラインミーティングやデスクトップで使用可能な日本の四季をテーマにした壁紙のダウンロードを可能にし、日本の多様な観光魅力への認知を高めるようにしている。



日印国交樹立 70 周年特集トップページ  
(JNTO インド市場サイト内)



壁紙ダウンロード(JNTO インド市場サイト内)

(<https://www.japan.travel/en/in/70th-anniversary-japan-india-diplomatic-relationship/>)

## 【豪州】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 93.4%減の 2,300 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 90.0%減の 2,700 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。自国民の日本からの入国については、入国時の州や地域によって、PCR 検査等が必要となる。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 16 日から 17 日にシドニーで開催されたアニメ、マンガなどのポップカルチャーをテーマとしたイベント SMASH!2022 に The Japan Foundation, Sydney と共同でブース出展し、若者向けに日本の観光魅力のプロモーションを行った。2 日間で約 1,800 人以上が JNTO ブースに来場し、「観光客が自由に入国出来るのはいつか」「近い将来に日本を訪れてみたいので、訪日旅行のお勧めの季節や場所を教えてください」といった質問が飛び交い、活発に訪日旅行の情報収集を行っていた。ブース内では日本各地の観光情報の提供や訪日旅行に関する相談に応じるとともに、来場者を対象にアンケートを実施し、100 件以上の回答を得ることができた。アンケート結果では、日本の魅力について、「ポップカルチャー」と同数で、「伝統、文化」を楽しみにしているという回答が多く、若年層に対しても日本の文化的な魅力が浸透していることが分かった。
- 8 月 22 日にメルボルン、24 日にシドニーで、現地旅行会社等を対象とした訪日旅行商談会「Japan Roadshow 2022」を開催した。オフラインでの開催は3年ぶりとなり、日本からは、地方自治体や DMO、宿泊施設、旅行会社等 20 団体が、現地旅行会社からは 100 名以上が参加した。現地バイヤーの訪日旅行への知識を深めることを目的に、JNTO から日本の観光地や訪日旅行の最新情報を紹介した後に、商談会を実施したところ、両会場合わせて 700 件以上の活発な商談が行われた。現地の参加バイヤーからは、本イベントに対して、実際に日本の担当者と話せるだけでなく、日本の文化と伝統に触れられる素晴らしいイベントだったとコメントをいただいた。本 Roadshow は、2023 年 2 月にも開催を予定しており、旅行会社における更なる訪日旅行知識の向上とともに、訪日旅行商品造成に繋がるよう取組んでいく。



Japan Roadshow2022 シドニー会場の様子(左)、メルボルン会場の様子(右)

SMASH!2022 ブースの様子

## 【米国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 91.0%減の 14,100 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 86.6%減の 15,800 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。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、入国後、3~5 日以内の検査等が推奨されている。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

ニューヨーク事務所は、8 月 13 日から 19 日の 7 日間、ラスベガスで催された「Virtuoso Travel Week 2022」に参加した。当イベントは高付加価値旅行層を顧客に持つ旅行会社が加盟するコンソーシアム、Virtuoso が主催する年次総会で、業界プレイヤーとサプライヤーの間で商談やネットワーキングが行われた。昨年続き、ハイブリッド形式で催され、対面では総勢 4,320 名、オンラインでは 680 名が参加し、パンデミックからの復活を象徴する盛況ぶりを見せた。同 16 日にはサプライヤー 12 社との連携の下、旅行代理店を対象に朝食セミナーを行い、オープン予定施設等、最新の情報発信を行った。商談会では日本の入国規制の状況に関する質問も多く、早期の個人旅行客解禁を熱望する声が聞かれた。参加者ヒアリングの結果、家族旅行、ハネムーン、スキー等幅広いニーズが浮彫になったほか、魚市場巡りと寿司作り体験や世界遺産の仁和寺での宿坊体験などの特別な体験、星つきレストランから地元住民に愛される食堂まで、単に贅沢や豪華さに留まらない本物志向へのニーズが従来と変わらず顕在化した。

ロサンゼルス事務所では、水際対策緩和時に機動的なプロモーションが行えるよう、7 月 21 日に米系・日系サプライヤー等を招いた「Visit Japan 事業連絡会」を開催し、JNTO の重点方針等を説明するとともに共同事業パートナーの募集を行い、下半期の効果的なプロモーションの準備を行った。

また、8 月は北米に拠点を構える他事務所との連携を強化。前述の Virtuoso 年次総会にニューヨーク事務所と出展したほか、8 月 24 日から 25 日にかけてメキシコシティで催された MICE 特化型の商談会「IBTM Americas 2022」にメキシコ事務所と参加するなど(後述【メキシコ】を参照)、次年度以降の訪日促進も見据え、北米事務所が一丸となった効率的な事業展開に取り組むこととしている。各イベントの参加者からは、来年を目途に訪日旅行へのニーズが高まっているという声が複数あったほか、地方部の観光コンテンツへの認知・理解不足が課題として浮彫になった。ゴールデンルートを意識しつつ地方の魅力も PR し、アクセス情報など地方誘客を組み合わせる形での提案が有効と思われる。



Virtuoso Travel Week 商談会の様子



Visit Japan 事業連絡会の様子

## 【カナダ】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 94.5%減の 1,600 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日カナダ人数は、2019 年同月比 92.7%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。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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- トロント事務所では、各総領事館との連携事業の一環としてアニメ愛好家層へのアプローチに注力しており、7 月 16 日にはカナダ最大のアニメ愛好家向けイベントである Anime North 2022（トロント）に、8 月 5 日から 7 日にかけては Otakuthon 2022（モントリオール）に、それぞれ参加した。Anime North ではトロント総領事館と共同でアニメツーリズムをテーマとしたセミナーを実施し、訪日観光に関する基礎情報や日本各地のアニメ聖地について紹介した。Otakuthon では同様にアニメツーリズムをテーマとしたセミナーを実施するとともに、モントリオール総領事館と共同でブース出展を行い、訪日観光パンフレットの配布や来場者からの質問対応等を行った。Otakuthon で実施したアンケート（回収数：108）によれば JNTO ブース訪問者の 75%が 20 代以下で、かつ 76%が訪日未経験だが是非日本に行きたいと回答があった。比較的年齢層が低いアニメ愛好家層の重要性を感じられるイベントとなり、今後もアニメ愛好家層はじめ若年層マーケットの開拓に注力していく。
- 8 月 20 日から 21 日にかけて、トロント郊外で開催された Japan Festival CANADA 2022 に、トロント事務所としてブース出展した。当イベントは北米最大の日本祭りで、3年ぶりのオフライン開催となったこともあり、約 10 万人が来訪し、盛り上がった。JNTO ブース訪問者を対象に実施したアンケート（回収数：518）によると、訪日経験ありが 49%で、Otakuthon など他イベントの結果を上回った。回答者年齢が比較的高かったこと（40 代以上が 49%。Otakuthon では 40 代以上は 16%。）、訪日経験率が比較的高い中華系の方々が多かったことが要因と考えられ、訪日経験者へのプロモーションも継続して取り組んでいく。



Anime North でのプレゼン



Otakuthon ではプレゼン後に  
質問の行列が発生



Japan Festival での JNTO ブースの様子

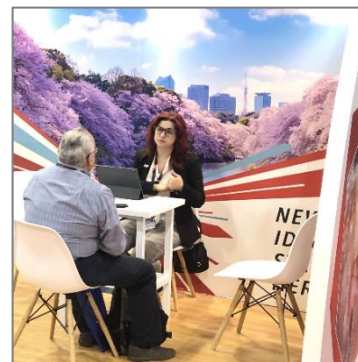
# 【メキシコ】

## 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 95.4%減の 400 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 89.6%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。日本への直行便数は、前年同月比を維持している。

## 7-8 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 330 名にニュースレター「Conexión con Japón」を配信。東北三大夏祭り、メキシコでも人気の高い日本の食文化、サステナブル・ツーリズム情報などを発信した。また、当地の旅行会社 7 社にヒアリングを行った結果「メキシコではコロナ以前のレベルまで海外旅行需要が回復しており、日本の水際対策緩和の発表後、訪日旅行関連の問い合わせが増えている」「若者層ではアニメ等のポップカルチャーが人気であることに加え、インスタグラム等の SNS で写真映えするスポットを訪れることを重視している」といった声が聞かれた。メキシコ事務所では個人旅行の解禁に向けて、今後も SNS を中心とした情報発信に力を入れていきたい。
- ◆ 8 月 24 日から 25 日にかけてメキシコシティで開催された MICE に焦点をあてた旅行業界向け展示会「IBTM Americas 2022」にロサンゼルス事務所、ニューヨーク事務所とともに出展した。展示会場では JNTO 独自のブースを設けて、北中南米の旅行会社、イベントプランナー等 46 社と商談を行った。商談の場では「2023 年春にインセンティブツアーを送客したい」といった声が聞かれ、日本の水際対策緩和に向けた現地からの期待が寄せられた。



ニュースレター



## 【英国】

### 7-8 月の市場動向トピックス

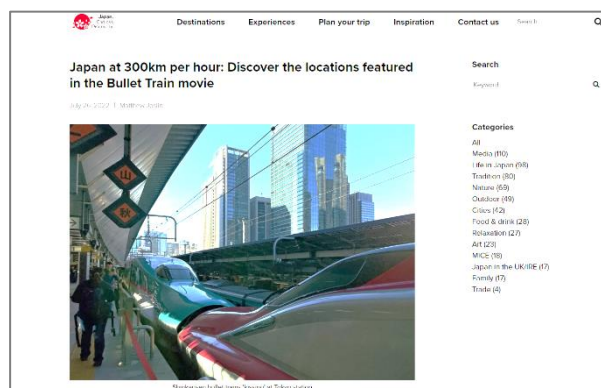
- 2022 年 7 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 90.0%減の 2,900 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 85.1%減の 3,900 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。日本への直行便数は、前年同月比を下回っている。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 7 日に、ロンドン市内のホテルにおいて訪日旅行商品を継続的に取り扱ってきた現地旅行会社を対象としたネットワークイベントを開催し、旅行会社等 19 社、計 28 名が参加した。イベントでは入国緩和状況や今後の JNTO 事業について説明するとともに、各社の現況・今後の活動等についてのヒアリングを通じて、訪日旅行の速やかな回復に向けた活動への協力要請を行った。参加者からは日本の最新情報が得られ有意義であったとのコメントが寄せられる一方、個人旅行者の受け入れの早期再開について期待の声が多く寄せられた。



- 8 月 5 日に英国の映画館運営会社 Picture House が主催する映画「Bullet Train」の上映イベントに参加し、上映会参加者向けに訪日に関するパンフレットの配布を行った。またロンドン事務所のウェブサイトでも Bullet Train のモデルとなった観光地やコンテンツをブログ内で紹介し、映画にまつわる訪日情報の発信を行った。



ロンドン事務所ウェブサイトでの情報発信

## 【フランス】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 89.6%減の 3,600 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 88.7%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）、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。日本への直行便数は、前年同月比を下回っている。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 2 日から 4 日にかけて日本酒・焼酎を中心とする日本文化紹介イベント「MATSURI」(主催: MATSURI 実行委員会)がパリ郊外のパンタンで開催された。パリ事務所はブースを設け日本各地の観光紹介を行うとともに、約 100 人の聴衆に向けて環境や社会との両立といったサステナビリティを意識した訪日旅行をテーマとしたプレゼンテーションを実施した。本イベントでは来場者は約 1,000 種類もの日本酒・焼酎の試飲が可能、その他にも 77 軒の飲食・物販等のスタンドで食を中心とする日本文化を紹介、初めての開催にも関わらず、延べ1万人以上の方が来場し、週末には入場制限がかかるほどの盛況ぶりであった。
- 7 月 7 日から 20 日、JR 東日本パリ事務所との Instagram 連携キャンペーンを実施した。日本の鉄道開業 150 周年を記念して「①フルーティアふくしま、②サフィール踊り子、③越乃 Shu\*Kura、④SL ぐんまのうち、どの列車に乗ってみたいか」という質問に対して回答を頂き、抽選で5名にオリジナルグッズを提供した。一番人気が高かったのが①フルーティアふくしまとなり、SNS 上でもいいねが 197 件、コメントが 112 件と盛り上がりを見せた。
- 7 月 14 日から 17 日、ヨーロッパ最大級のポップカルチャーを中心とする日本文化紹介イベント「Japan Expo」(主催: SEFA EVENT)が 3 年ぶりにパリ郊外の大型展示会場ヴィルパントにて開催され、パリ事務所でもブースを設けることで、来場者に日本全国の観光案内を実施した。本イベントは今回で 17 回目を迎えて 925 団体が出展、開催期間中は延べ 25 万人以上の方が来場、JNTO ブースにも約 2 万人の方に訪問頂いた。また本イベントは元々アニメや漫画、コスプレなどのポップカルチャーに特化していたが、近年は日本の伝統文化や食の紹介にも力を入れており、来場者の幅を広げている。JNTO ブースに立ち寄る方々もアニメ好きの若者のみならず、小さい子連れファミリーや年配のご夫婦も多く、パリ事務所は「アニメ・漫画の舞台を巡る日本」をテーマにプレゼンテーションを行い、質疑応答を含めて賑わいをみせた。



↑ MATSURI の様子

JAPANEXPO の様子 →



↑ Instagram 連携キャンペーン

## 【ドイツ】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 81.2%減の 3,500 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 79.7%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)、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。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 16 日にケルン日本文化会館主催の夏祭りが 3 年ぶりに開催され、1,000 人以上が来場して日本の文化や食を楽しんだ。館内各所で寿司に関する展示や DoKomi というドイツ最大規模の漫画・アニメコンベンションに関する展示がされたほか、フランクフルト事務所と ANA デュッセルドルフ支店から観光情報の提供を目的にしたブースを出展した。来場者からは「いつになったら日本に行けるようになるのか?」「なぜガイドが必要なのか?」といった質問が多く、FIT受け入れの再開を心待ちにしている様子が伺えた。



Sommerfest の様子



JNTO ブース

- フランクフルト事務所では、ドイツで訪日を取り扱う旅行会社 3 社(Geoplan Touristik、DIAMIR Erlebnisreisen、Studiosus)を招いて日本の観光事業者向けに日本語字幕付きのウェビナー動画を制作し、フランクフルト事務所のチャンネル「Reise nach Japan」にて 8 月 26 日に公開した。訪日ドイツ市場の基礎情報、各社からのプレゼンテーション、ディスカッションの 3 部構成で、ディスカッションでは、事前に賛助団体より募った質問をもとにゴールデンルート以外のエリアの訴求、アドベンチャーツアーとサステナブル・ツーリズムのポテンシャル、COVID-19 による影響などの情報を共有した。また一般視聴を頂くにあたって、YouTube の概要欄に再生時間を掲載することで、トピックを選んで視聴ができるような工夫をした。

視聴先 URL: <https://youtu.be/yu6ayKgoxbA>



現地職員の MC によるディスカッション



ドイツ市場の基礎情報

## 【イタリア】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 89.7%減の 1,400 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 93.0%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。日本への直行便は、2022 年 8 月も引き続き運休となっている。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ✳ 7 月 15 日から 17 日にかけて、イタリアで最も人気のあるガイドブックシリーズのロンリープラネットの発行元である ED T 社が、ロンリープラネットとして、一般消費者・旅行業界関係者向け旅行イベント「Ulisse Fest」をイタリア中部のペーザロ市で開催した。ローマ事務所は、本イベントへのゲストデスティネーションとしての参加を通じて、一般消費者、および旅行業界関係者に対して、旅行目的地としての日本の認知度向上を図るとともに、ロンリープラネットとの連携により旅行業界関係者とのネットワーク構築を図った。会期中には、旅と関連したワークショップ、トークショー、文化イベント、会議などが行われ、ローマ事務所として、ペーザロ市内での一般消費者向けの日本酒試飲や、ワークショップを実施した。また業界関係者向けのオープングレセプションでも日本酒の試飲を通じた日本の紹介を行った。会期中には、約 2 万 5,000 人の来場があり、そのうちローマ事務所として、約 240 名向けに訪日情報の発信を行った。来場された方々からは、現在の日本訪問の渡航条件などについての質問が多く寄せられ、訪日に対する興味は依然として高いことが伺えた。



市内での一般消費者向けの日本酒試飲会



一般消費者向けの日本酒ワークショップ



業界関係者向けのオープングレセプションでの日本酒提供

## 【スペイン】

### 7-8 月の市場動向トピックス

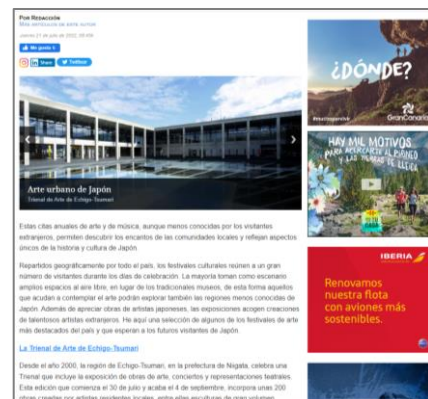
- 2022 年 7 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 94.9%減の 800 人であった。
- 2022 年 8 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 94.5%減 1,100 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による検疫強化（陰性証明書の提示等）、査証免除措置の停止等の対象となっているが、「青」区分として、観光目的の新規入国が条件付きで認められている。自国民の日本からの入国については、ワクチン接種証明書等の提示等が必要となる。日本への直行便は、2022 年 8 月も引き続き運休となっている。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- ブラッドピット主演の「ブレット・トレイン」上映に合わせて、スペインの同映画配給会社の Sony Pictures España（ソニーピクチャーズエスパーニャ）と連携して、映画の舞台となる新幹線にちなんで、新幹線で旅行したい都市や地域についてコメントをする、SNS 上での応募型キャンペーンを実施し、同映画の関心層に向けて訪日旅行の需要喚起を図った。
- 日本の夏をメインテーマとする複数のプレスリリースを、PR 会社を通じて現地メディアへ発信した。中でも宮城県石巻市や新潟県越後妻有地域で、この夏開催された地方の芸術祭を紹介した記事はメディアの関心を集め、大手旅行専門メディアを含む複数のメディアが当該記事を取り上げた結果、約 2 万 4,000 人へリーチし、地域の夏のイベントを通じて地方の認知度を高めた。
- 7 月開催された国際交流基金マドリード日本文化センター主催のイベント「Club de Lectura（読書クラブ）」について、スペイン市場公式ウェブサイトや SNS を通じてイベントの周知を行い、幅広い層への参加を促進した。



SNS でのキャンペーン



現地メディアに取り上げられたプレスリリース

## 【中東地域】

### 7-8 月の市場動向トピックス

- 2022 年 7 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 86.8%減の 900 人であった。
- 2022 年 8 月の中東地域の訪日人数は、対 2019 年同月比 85.6%減の 900 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、一部の中東地域の国で指定アプリのダウンロード等が必要となる。日本への直行便数は、前年同月と比較して回復傾向にある。

### 7-8 月の主なプロモーション活動

- 中東地域市場（GCC6か国※<sup>1</sup>、トルコ、イスラエル）では、旅行者に占める訪日経験者の割合が 4.8%と他市場と比較して低いため、ドバイ事務所・ロンドン事務所を中心に情報発信を継続的に実施し、訪日旅行の認知度向上を図っている。

※1:Gulf Cooperation Council 湾岸協力理事会（サウジアラビア、アラブ首長国連邦、バーレーン、オマーン、カタール、クウェート）を指す

・GCC 市場向けに運用している Instagram アカウントでは、幻想的な光の体験ができる「チームラボ」の投稿が最も高いリーチ数（約 5 万 9,000 件）を獲得し、多くの関心を集めた。その他、色鮮やかな自然景観の投稿に対して反応が高くなる傾向が見られる。また、ストーリーズ投稿を活用したクイズやアンケートを実施し、ユーザーとの双方向のコミュニケーションを図る取組も行っている。

・トルコ市場では現地旅行会社・メディア向けに毎月 1 回ニュースレターの配信を行っている。7 月は夏から秋にかけて味わえる食、8 月は九州でハネムーン旅行をテーマに、幅広い訪日魅力を発信した。

・イスラエル市場では、日本食への興味関心が比較的に高いことから、世界のベストレストラン 50 にランクインした日本の 4 つのレストランについて紹介するプレスリリースを行い、メディア露出につなげた。



GCC 市場向け Instagram 投稿



イスラエル市場向けプレスリリース