

【ドイツ】

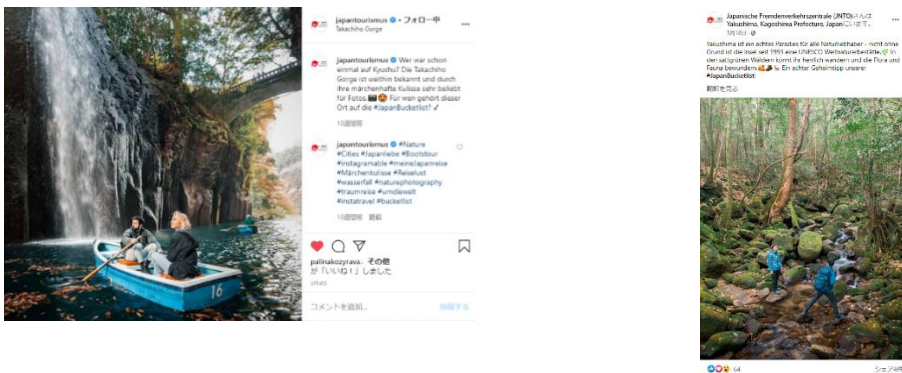
3-4 月の市場動向トピックス

- 2020年3月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 77.3%減の 6,500 人で、前年同月を下回った。
- 2020年4月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 100%減の 10 人未満で、前年同月を下回った。
- 新型コロナウイルス感染拡大防止のため、日本政府がドイツ人の入国を 3月26日から4月30日まで原則禁止（査証免除停止、査証効力停止）したこと、及びドイツ政府が3月18日から少なくとも6月14日まで外国への渡航をとりやめるよう警告したことから、観光客や商用客は訪日できずに大幅な減少となった。

3-4 月の主なプロモーション活動

- 2月6日から3月4日にかけて Air France との共同プロモーションとして旅行雑誌 GEO のウェブサイトにて「Discover Japan」特集を行った。特集内では行程の紹介、文化、自然、首都圏からの日帰り旅行などについて触れ、訪日需要喚起に取り組んだ。
- 2月7日から3月9日にかけて Finnair との共同プロモーションを行い、オンラインバナー広告及び当地旅行雑誌 Abenteuer und Reisen のジャーナリスト招請を行った。雑誌記事については、2020年5月に紙面とオンラインに掲載予定。
- 2月下旬から3月末にかけ、当所のドイツ語 SNS にて、ドイツ人クリエイターが撮影した日本の画像及び動画コンテンツを活用し、「Bucketlist」をテーマに投稿を行った。ハッシュタグは #JapanBucketlist を使用し、渋谷スカイ、河口湖、高千穂峡、屋久島など、ゴールデンルートのみならず地方の魅力的なコンテンツも含め約 30 回投稿した。結果、3月のInstagramの月間リーチ数が前月の約 4.4 倍(106,737 件→465,936 件)に伸び、より多くのドイツ人に訪日旅行をプロモーションすることができた。

<Instagram及びフェイスブックでの情報発信例（#JapanBucketlist）>



- 4月30日に、当所フェイスブックにて「訪日旅行がコロナで流れてしまった体験談」を募集したところ、175 件の応募があった。ハネムーンで日本へ行くはずだったカップル、誕生日を奈良公園で鹿と祝うはずだった人、歌舞伎座、文楽、大相撲の予約をしていた人、貯金をして高級旅館に泊まることを目標にする人など、様々なコメントが集まり、お互いに慰めあう様子も見られ、訪日旅行意欲の高さがうかがえた。応募者のうち 5 人に粗品を進呈した。

<https://www.facebook.com/japantourismus/photos/a.282453431793050/3078423632196002/>