

【ドイツ】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2021 年 11 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 98.5%減の 300 人であった。
- 2021 年 12 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 99.3%減の 100 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本政府による上陸拒否、14 日間の隔離・PCR 検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- ドイツ市場における MICE プロモーションとして、11 月 4 日にドイツ語圏最大の MICE プラットフォームである MICE Board (運営: PEC KOMMUNIKATION) において、ドイツ語圏のインセンティブ旅行のプランナーや企業担当者を対象として、訪日インセンティブ旅行の促進を目的としたウェビナー「Discover Japan」を開催した。同ウェビナーは 2 部構成となっており、第 1 部では「訪日旅行全般」のインフォメーションとして、司会者 Peter 氏とフランクフルト事務所職員との会話形式で訪日旅行の一般情報や魅力を紹介し、第 2 部の「注目エリア: 東京・名古屋の魅力」では、日本でインバウンド誘致コンサルタント会社を経営する山口レナ氏 (ドイツ人/旅行系 YouTuber) に出演していただき、観光スポット、体験メニュー、グルメ情報などを彼女自身の体験映像とともに発信した。視聴回数は録画を含めて 800 回超えており、訪日旅行への関心の高さが伺える結果となった。Webinar「Discover Japan」(ドイツ語) : <https://japan.miceboard.com/japan-eine-einzigartige-destination-fuer-incentives/>

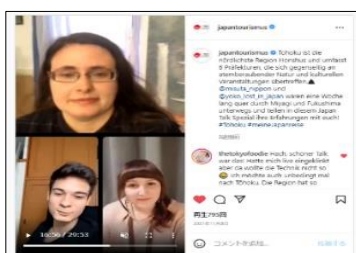


＜第 1 部 : 訪日インセンティブ旅行の紹介＞



＜第 2 部 : 注目エリア: 東京・名古屋の魅力＞

- 東北招請事業で招請した日本在住のドイツ人インフルエンサー Tobi (@misuta_nippon) と Claudia (@yoko_lost_injapan) をゲストに迎え、フランクフルト事務所の Instagram アカウントで約 30 分間ライブ配信を行い、東北の魅力を発信した。通常のライブ配信では、リーチ数が 2,000 人を超えることはなかったが、東北招請事業と連携し、You Tube や SNS を通してライブ配信の事前予告等を行ったことで、リーチ数は 2,170 人となり、招請事業と動画制作事業を連携させることで、相乗効果がみられた。



＜フランクフルト事務所のスタッフとのライブ配信＞



＜Tobi の You Tube (Mr.Nippon) : 約 8 万人の登録者数＞