

【香港】

11-12 月の市場動向トピックス

- 2021 年 11 月の訪日香港人数は、2019 年前月比 99.9%減の 100 人であった。
- 2021 年 12 月の訪日香港人数は、2019 年前月比 99.9%減の 70 人であった。
- COVID-19 の拡大により、日本における検疫強化、査証の無効化等の実施が続いている。香港政府からは海外からの入境時の PCR 検査等の受診及び 21 日間の指定ホテルでの隔離が義務付けられており、レジャー目的の訪日旅行が実質不可能となっている。

11-12 月の主なプロモーション活動

- 【日本の最新観光スポット特集】 キャンペーンウェブサイトにおいて、コロナ後の 2020 年以降にできた日本の最新観光スポット 15 か所を紹介する記事を掲載した。2021 年 5 月にオープンした鳥取の夜宴スタジアムを始めとした全国各地 9 都県の新たな観光魅力の発信を行った。また、本コンテンツへの誘導を目的として、紹介スポットを活用した参加型のゲーム、および感想アンケートを行い、回答者の中から 2 名に紹介スポットのお土産が当たるキャンペーンを実施した。キャンペーンには 632 名の応募があり、日本の最新情報への興味関心の高さが伺えた。<https://welcome2japan.hk/alwaysareason/dec2021/>
- 【KLOOK イベントにおける日本テーマプロモーション】 香港の大手オンライン旅行会社「KLOOK」が香港内のショッピングモールにて実施した一般消費者向けのクリスマスイベントにおいて、11 月 17 日～23 日および 12 月 16 日～2022 年 1 月 2 日の期間を、日本をテーマとした企画としてタイアップを行った。KLOOK による日本各地の都市名を使った IPAD 端末上での参加型ゲームの他、JNTO では上記ウェブサイトキャンペーンの PR やギブアウェイの提供を行い、JNTO のプロモーション活動のさらなる認知拡大と、一般消費者の訪日旅行意欲の維持向上を図った。
- 【日本を感じられるスポットに関する SNS キャンペーン】11 月 19 日～12 月 5 日にかけて、Instagram にて香港で日本を感じられるおすすめスポットに関してコメントをしてもらう消費者参加型のキャンペーンを実施した。83 名の参加があり、日本の観光地を思い出せるような知られざる香港のスポットについて書かれたコメントや訪日旅行の恋しさを感じられるコメント等があり、ユーザーの訪日意欲の高さが伺えた。



KLOOK イベントブースの様様



日本の最新観光スポット特集



日本を感じられるスポットに関する SNS キャンペーン