## 【インド】

### 9-10 月の市場動向トピックス

- 2021 年 9 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 96.9%減の 500 人であった。
- 2021 年 10 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 89.2%減の 1,500 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。なお、2021 年 9 月 20 日以降、再入国を拒否する措置は終了したものの、水際対策上特に対応すべき変異株以外の新型コロナウイルスに対する指定国・地域として、当分の間、検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後 3 日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。インド政府から発令された海外渡航中止勧告と観光目的以外の人的往来を可能とする二国間協定等による臨時便を除く国際旅客便の運航停止が継続している。インド政府から、引き続き、日本への海外旅行の延期勧告が出されている。

### 9-10 月の主なプロモーション活動

✹ インド主要ニュース番組を通じた TVCM 広告の実施

デリー事務所では、将来的な訪日旅行者数の増加や旅行消費の拡大促進を図ることを目的として、10 月 17 日～10 月 31 日で JNTO のグローバルキャンペーンで制作した動画を放映するテレビ広告事業を実施した。インドメディアで主流になっているターゲットセグメンテーションである、New Consumer Classification System (NCCS)において、最上位の A1 に分類されるデリー、ムンバイ等の大都市に住む家族層をメインターゲットとし、彼らがニュースや最新情報に関心が高い傾向を踏まえて、今回は主要なニュース専門チャンネルを放映メディアとして選定した。メディア選定にあたっては、英語だけでなく、ヒンドゥー語メディアを混ぜることにより、ターゲットの中でも幅広い視聴者にリーチできるよう工夫した。ターゲット層の人々は英語を話すが、インドの公用語はヒンディー語であり、テレビを見る時などのリラックスした場面ではヒンディー語で見聞きする方が心地良いという方も多いためである。最終的に本事業のテレビ広告は平均視聴率 5%を獲得し、約 430 万人にリーチすることができた。今後も、デリー事務所は、インド市場において将来的な訪日旅行意欲を喚起する取り組みを続けていく予定である。

India Today での放映

Times Now World での放映

Zee Hindustan での放映