【シンガポール】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 100.0%減の 10 人未満であった。

- 2020 年 8 月の訪日シンガポール人数は、前年同月比 99.9%減の 20 人未満であった。

- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。なお、8 月 13 日の日本・シンガポール外相会談にて、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、「ビジネストラック」及び「レジデンストラック」の 9 月開始を目指すことで合意がなされ、その後の協議・調整を踏まえ、9 月 11 日、両国は 9 月 18 日より「ビジネストラック」を開始することを発表した。日本としての「ビジネストラック」の開始はシンガポールが初めてとなる。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 14 日から 8 月 23 日にかけて、今年度年間を通じて実施する予定のテーマ別オンラインキャンペーンの第 3 弾として、「きれいになる女子旅」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施した。テーマ沿った特設ページの作成、Instagram 投稿キャンペーン、テーマに関する Facebook 投稿やシンガポール事務所が管理する会員登録制コミュニティサイト「JAPAN by Japan」の会員に対する EDM の送信等を行った。シンガポールではあまりなじみのない「女子旅」について丁寧に説明することで、日本の新たな一面に関する理解を深める機会とした。キャンペーンでは主に東北地方を取り上げ、同時期に東北地方に関する情報発信を行っていた Japan Rail Cafe が実施するオンラインイベントでも女子旅をテーマとする等の連携をしたほか、全国の日本側パートナーからテーマに関連するコンテンツを募集し、Facebook 等で発信した。特定のハッシュタグを用いて過去に旅行した日本の「カワイイ」写真を投稿する Instagram 投稿キャンペーンでは、1,400 件を超える投稿があった。

- 8 月 29 日に、テーマ別オンラインキャンペーンの第 2 弾「インスタ映え絶景」キャンペーンの一環として、Instagram 投稿フォトコンテストの結果発表を行うオンラインイベントを実施した。シンガポール事務所が管理運営する会員制訪日コミュニティサイトの会員限定で参加者を募ると共に、その様子を Facebook 上でライブ配信することでより多くの視聴者に向けて発信した。オンラインイベントでは、結果発表のほか絶景キャンペーンでタイアップした四国ツーリズム創造機構・岡山県からのライブ中継や、Instagram 投稿フォトコンテストで審査員を務めたインフルエンサーによるプレゼンテーション、景品が当たる絶景に関するクイズ等を実施し、合計で 15,000 人以上がイベントに参加・視聴した。Facebook には配信冒頭から「日本大好き」「早く行きたい」などのコメントがあり、イベント中にも多くの好意的なコメントが寄せられたほか、イベント後に実施したアンケートでは、日本からのライブ中継が最も楽しめた、次回訪日時には四国・岡山を訪問したいとの回答が 9 割以上となり、将来の訪日に向けたプロモーションの一助となった。

オンラインイベントの様子