

【シンガポール】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2021 年 7 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 99.1%減の 200 人であった。
- 2021 年 8 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 99.5%減の 90 人であった。
- COVID-19 感染症の拡大により、日本政府による 14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020 年 9 月 18 日から「ビジネストラック」、9 月 30 日から「レジデストラック」が運用されていたが、2021 年 1 月 14 日以降、当分の間、運用が停止されている。また、シンガポールから日本への入国に当たっては、2021 年 1 月 31 日以降、誓約書の提出等、検疫強化の対象となっている。
- シンガポール政府から、引き続き、日本への海外旅行の延期勧告が出されている。自国民の日本からの入国については、出国前 72 時間以内及び入国時の PCR 検査受検、政府指定施設での 14 日間の隔離、隔離中 3 回の自主検査及び隔離終了前の指定された日の PCR 検査受検が義務付けられている。なお、2021 年 8 月 21 日以降、ワクチン接種完了者は条件を満たせば指定施設に代えて自宅や自己手配ホテルでの隔離が可能になっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 日本シンガポール国交樹立 55 周年を記念した SJ55 キャンペーンの一環として、シンガポール政府観光局と共同で、7 月 12 日から 1 か月間、両国の居住者が知られざる魅力を教え合う SNS キャンペーン (<https://japanbyjapan.com/SJ55-campaign-en>) を実施。日本側から 2,984 件、シンガポール側から 1,513 件の投稿があり、旅行を通じた人的交流ができない状況下において、オンラインを通じた交流を生み出した。投稿が多かった都道府県は、北海道、東京都、京都府、大阪府、高知県。これら 5 県については、投稿写真をギャラリーとして整理し、キャンペーン終了後もお勧めスポットとして閲覧が可能となっている。
- シンガポールで初めて福砂屋カステラが販売されることを受け、福砂屋と連携して JNTO から長崎を中心とした観光情報を発信し、食と観光両面からのプロモーションを展開した。販売初日の 8 月 20 日にはオンラインウェビナーを実施し、JNTO から長崎・福岡の観光魅力について紹介した他、JNTO のオウンドメディアで関連記事 (<https://www.japan.travel/en/sg/story/fukusayas-famous-castella-cake/>) を配信した。本件はシンガポールにおいて大きな話題となり、カステラは初日に完売。長崎県の観光地としての認知向上にも貢献した。



SJ55SNS キャンペーン



福砂屋との合同ウェビナー

