

## 【シンガポール】

### 11-12 月の市場動向トピックス

- 2021 年 11 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 99.8%減の 100 人であった。
- 2021 年 12 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 100%減の 50 人であった。
- COVID-19 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「レジデンストラック」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。
- 自国民の日本からの入国については、出国前 48 時間以内の PCR 検査等の受検、7 日間の隔離、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。ワクチン接種完了者は、条件を満たせば政府指定施設ではなく自宅や自己手配ホテルでの隔離が可能。

### 11-12 月の主なプロモーション活動

- 11 月 26 日から「食」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施。特設ページ(<https://japanbyjapan.com/yourjapan/food/>)では、タイアップ先である東海、四国、沖縄の食をテーマとした 1 デイトリップ等のコンテンツを掲載し、ページビュー数は 6 万 7 千を超えた。12 月 11 日にはシンガポール国内レストランにてフェアを実施中であった沖縄県と連携して、オンラインイベントを実施。フェア期間中にレストラン内で食べることができる沖縄のマグロや、シークワサーの魅力について沖縄からの中継をまじえて紹介した。イベントは 8,800 人が視聴し、アンケート回答者のうち 86%が沖縄に強い関心を持ったと回答した。また、レストランからはコロナ禍の規制により試食販売が出来ない中、オンラインイベントを通じて商品への理解を深めることが出来、人数制限規制がある中でも従来と同様の来店者数が確保できたというコメントが寄せられ、10 日間で計 190 万円ほどの売り上げに貢献した。



キャンペーン特設サイト



沖縄オンラインイベント

- 12 月 16 日にシンガポールの訪日旅行取扱旅行会社向けにウェビナーを実施。テーマは上述のキャンペーンと同じ「食」とし、季節によって変化する日本の多様な食について紹介した。また三重県の協力のもと、海女小屋からの中継を行い、オンライン視察を行った。主要訪日取扱旅行会社職員を中心に 13 名が参加した。