

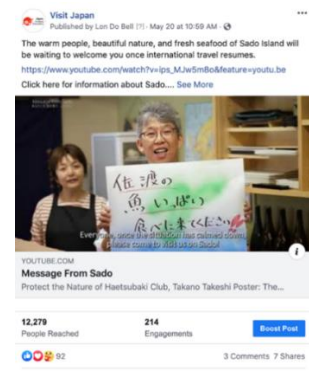
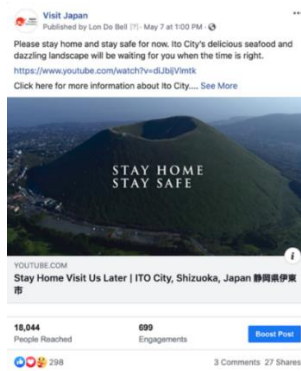
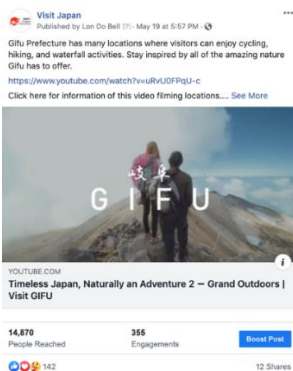
【米国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2020 年 5 月の訪日米国人数は、前年同月比 100%減の 50 人であった。
- 2020 年 6 月の訪日米国人数は、前年同月比 99.9%減の 100 人であった。
- 5・6 月ともに、4 月から継続中の入国制限の対象地域が 111 の国・地域へ拡大されたとともに、日本入国前 14 日以内に米国に滞在歴のある外国人は、特段の事情がない限り日本への入国が禁止されており、5・6 月の実績値に大きく影響を及ぼした。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 米国におけるプロモーションへの新型コロナウイルスの影響としては、2021 年 1 月に開催が予定されていた The New York Times Travel Show (NYTTS) の中止が決定。次回は 2022 年の開催を目指すとしている。東海岸最大規模の旅行博となる同イベントは、2020 年実績ベースで 175 カ国より 700 を超える企業・団体が出展、約 34,000 名が来場した。
- ニューヨーク事務所では、当地メディア向け情報発信を重点事業として継続的に強化。自宅で気軽にできる日本の文化体験として、入浴剤等を利用して温泉気分が味わえる入浴法や YouTube 動画を介したバーチャル座禅体験を紹介したほか、ソーシャルディスタンスを保ちながら少人数で滞在できる城泊・寺泊などの宿泊施設について情報発信を行った。
- ロサンゼルス事務所では、自治体や DMO が制作・配信する Stay Home 動画を SNS 上で積極的に紹介することで、今すぐの訪日を呼びかけるのではなく各観光地のイメージ訴求を中心に訴求した。投稿動画への評価は高く、「すぐにも日本へ旅行したい！」というポジティブなコメントが多く寄せられた。また、米州地区 JAL (日本航空インターナショナル) と連携し、在サンフランシスコならびにハワイの旅行会社に対して、日本の観光事業者が実施している感染症防止対策の紹介や日本の入国制限等に関するウェビナーを実施した。訪日旅行商品の販売再開に向けて意欲的なエージェントにとっては「いつ日本の水際措置が解除になるのか」という点が一番の関心事項となった。



(Stay Home 動画等の SNS への投稿例)