

【ベトナム】

1月の市場動向トピックス

- 2018年1月の訪日ベトナム人数は、前年同月比28.1%増の27,700人となり、1月として過去最高を記録。
- 昨年は1月末にあった旧正月(テト)休暇が今年は2月中旬となる中、当該休暇の需要喚起に向けて旅行会社と連携した販促キャンペーンを集中的に実施したことが、訪日者数の増加を後押しした。
- 雪景色を目玉にしたツアーをはじめ、冬の魅力をPRした訪日旅行商品の販売が好調であったことも、訪日者数の増加に寄与した。

1月の主なプロモーション活動

- 日越外交関係樹立45周年を記念して、1月1日から「ビジット・ジャパン・アンバサダー in ベトナム」であるベトナム人歌手^{ヌー・フック・ティン}Noo Phước Thịnh氏を起用したミュージック・ビデオを公開した。映像には、日越双方から45団体/人が登場し、各団体がサビ部分をダンスで繋いで、“日越の絆”と日本の“歓迎の気持ち”を表現した。
- 上述の映像プロモーションに合わせて、1月5日より、春の訪日需要喚起を目的とした一般消費者向けキャンペーンを開始した。旅行会社と連携した訪日旅行商品の販売促進や、Facebookで動画をシェアすると訪日旅行や景品が当たるキャンペーンなど、多岐にわたる取り組みの相乗効果により、訪日意欲の喚起を図った。
- 1月25日に、ホーチミンにて「ビジット・ジャパン セミナー商談会 2018(ホーチミン)」を開催した。日本側セラー39団体、ベトナム側バイヤー38団体が参加し、日本の観光地のPRや、旅行商品の新規造成に向けた商談を実施した。
- 日越外交関係樹立45周年の関連イベントとして、1月27日～28日にホーチミン市中心部にある9月23日公園にて、「第5回ジャパンベトナムフェスティバル」が開催された。JNTOはビジット・ジャパン(VJ)ブースを出展し、春キャンペーンのPR及びパンフレットやノベルティなどの配布を行い、訪日意欲の喚起を図った。



春キャンペーンキービジュアル



Noo氏ミュージックビデオ



「第5回ジャパンベトナムフェスティバル」におけるVJブースの様子



セミナー商談会の様子