

【韓国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日韓国人数は、前年同月比13.9%減の479,700人であった。
- 2018年10月の訪日韓国人数は、前年同月比8.0%減の571,200人であった。
- 9月4日に関西地域に接近した台風第21号により関西空港が冠水するなど甚大な被害が出たことに加えて、9月6日に発生した北海道胆振東部地震の影響で旅行キャンセルが多発し、その後の新規予約にも大きな影響が出るなど、関西地域・北海道地域への訪日数が大幅に減少したことから、伸び率は前年比マイナスとなった。また10月は昨年10連休のチュソク(旧盆)連休があったものが今年は9月となったため、大きなマイナスとなった。

9-10月の主なプロモーション活動

- ★ 9月6日(木)、釜山において「VISIT JAPAN 韓国市場説明会・商談会」を開催した。日本側セラー53団体、韓国側バイヤー50社が参加して、釜山発の訪日旅行商品造成に向け約360件の活発な商談・情報交換が行われた。また商談会に先立ち、韓国市場説明会として、韓国の旅行会社から訪日レンタカー旅行についてのプレゼンテーションとともにJNTOから最新の旅行トレンドについて情報の共有を行った。



(VISIT JAPAN 韓国市場説明会・商談会の様子)

- ★ 9月6日に発生した北海道胆振東部地震以降、訪日客数が伸び悩む北海道地域への誘客を図るため、10月中旬に、雑誌社や新聞社およびブロガー等のインフルエンサーを対象に、札幌(大通公園、白い恋人パーク)や函館(赤レンガ倉庫、夜景)に加えて、洞爺湖や登別の地獄谷などを紹介するメディアファムツアーを実施した。11月以降の記事掲載を前に、ブロガーによるインスタグラムでのポジティブな情報の発信を開始しており、北海道への訪問意欲を喚起している。



(メディアファムツアーの様子)



(インスタグラムの記事)

【中国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日中国人数は、前年同月比 3.8%減の 652,700 人で、5年ぶりに前年同月を下回った。
- 2018年10月の訪日中国人数は、前年同月比 7.8%増の 715,300 人で、10月として過去最高を記録した。
- 9月は関西空港の閉鎖や北海道胆振東部地震による航空便の欠航のほか、団体旅行のキャンセルや延期が発生した。また、クルーズ船についても台風等の影響で、欠航や寄港中止がなされたこともあり、訪日者数は前年同月を下回ったが、10月の訪日旅行への影響は限定的であり、個人旅行が全体の訪日需要を牽引した。

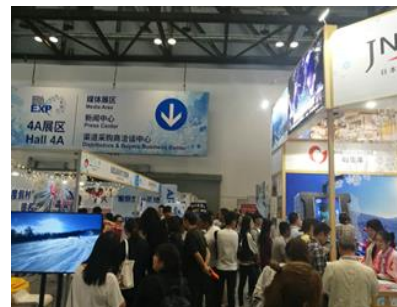
9-10月の主なプロモーション活動

- 9月6日に広州にて「2018 広州 VISIT JAPAN 観光商談会」を開催した。日本の観光関係者 19 団体、現地旅行会社 21 社が参加し、新たな訪日旅行商品の造成に向け、活発な商談が行われた。



商談会の様子

- 9月19日～22日に北京市内で開催されたウィンタースポーツの博覧会「WORLD WINTER SPORTS (北京) EXPO 2018」に初めてビジット・ジャパンプースを出展し、スノーリゾートとしての日本の魅力を広く発信した。日本からは、JNTO のほか、スノーリゾートエリアの地方自治体を中心に合計 9 団体が出展し、来場者への PR を行った。JNTO のブースではインフルエンサーのトークショーやクイズ大会を実施し、日本のスノーリゾートを分かりやすく紹介した。



ビジット・ジャパンプースの様子

【台湾】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日台湾人数は、前年同月比5.4%減の329,100人であった。
- 2018年10月の訪日台湾人数は、前年同月比9.9%減の379,600人であった。
- 両月とも、全体の航空座席供給量は増加したものの、9月は関西空港の閉鎖や北海道胆振東部地震、台風第24号の列島縦断により航空便の欠航が多数発生、10月は、昨年は中秋節休暇に加え4連休であった国慶節が今年は1日しかなかったこと、また台風接近の影響でクルーズに欠航が発生したことなどが相まって、訪日者数は前年同月を下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月はYahoo! 奇摩専属のKOLによる東北、中部地方への招請事業を実施し、台湾高雄市の百貨店広場にて招請地域の観光魅力を発信するイベントを開催した。東北地方ではツール・ド・東北を、中部ではキャンプを特集し、台湾でトレンドのサイクリング、キャンプといった体験型コンテンツによる日本の地方での楽しみ方を発信した。イベントの映像は後日デジタルジャパン台湾公式ウェブサイトに格納し、不特定多数のウェブサイト訪問者も視聴が可能である。



台湾高雄市漢神百貨店屋外広場でのイベント開催

- 10月は台湾からの訪日教育旅行の一層の拡大を図ることを目的とし、台湾の教育関係者と日本の自治体や教育旅行関係者との交流会を実施した。当日は台湾側80名、日本側111名が参加し、「交流プログラム」をテーマに活発な意見交換及びネットワーキングが行われた。交流会後、日本国内の各地方11コースに分かれて地方視察を行った。



日台教育旅行交流会の開催

【香港】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日香港人数は、前年同月比23.8%減の126,200人であった。
- 2018年10月の訪日香港人数は、前年同月比0.9%減の169,500人であった。
- 航空座席供給量は増加したものの、台風第21号や北海道胆振東部地震等の自然災害の影響が一部残っており、訪日者数は前年同月をやや下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月29日から10月1日にかけて、香港郊外の將軍澳(しょうぐんおう)のショッピングモールにて消費者向けイベント『日本“ゆるたび”秋の文化祭(日本秋遊文化祭)』を初めて開催した。日本からは自治体や鉄道会社などが出展し、食や文化を主なテーマとして約8万人の来場者に対して日本への訪日旅行のPRを行った。



津軽三味線のパフォーマンスの様子



日本ブースの様子



うどん作り体験の様子

- 10月26日から1週間、JNTO 香港の公式サイト及び Facebook にて、四国地方のサービスエリアのグルメをテーマに、紹介したおすすめグルメの中から好きなものを選んで応募すると、抽選で香港-高松間の往復航空券が当たるキャンペーンを実施した。また、周辺観光地も併せて紹介し、レンタカーを利用した訪日旅行の促進も図った。



四国4県のサービスエリアのグルメを紹介



Facebookでのキャンペーンの様子

【タイ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日タイ人数は、前年同月比9.8%増の54,400人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日タイ人数は、前年同月比13.9%増の117,900人で、10月として過去最高を記録。
- 9月は旅行閑散期であることに加え、台風第21号や北海道胆振東部地震により複数の欠航も発生したが、昨年度末より航空座席供給量が大きく増加していることや、これまでのプロモーション効果もあり、プラス成長を維持した。

9-10月の主なプロモーション活動

● 東北へのメディア招請の実施

男性シンガーの(Worrawech Danuwong、ニックネーム DAN)と女優の(Ungsumalynn Sirapatsakmetha、ニックネーム Pattie)とを9月10日から15日にかけて、北東北に招請した。具体的な訪問先としては、青森県の八戸八食センターや十和田美術館、秋田県の乳頭温泉や秋田内陸縦貫鉄道、岩手県の花巻農村体験や狛鼻深川下り等で、両者の公式 SNS でその様子を発信するとともに、食、アート、温泉、鉄道等の6つのテーマで動画を撮影し、両者の SNS とともに、JNTO タイ語サイトに特設サイトを開設、公開している(URL: <https://www.jnto.or.th/tohoku2018/>)。



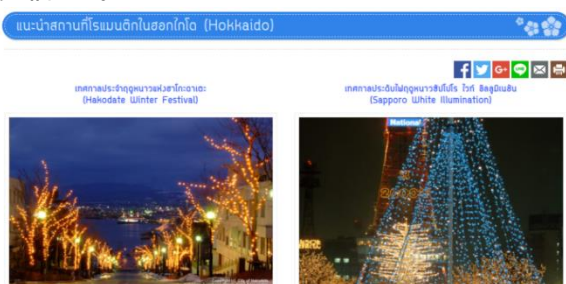
招請の様子



SNS での発信

● 月次ニュースレターにおける北海道特集

バンコク事務所では、毎月6つのトピックスを設け、消費者や旅行会社向けにタイ語による訪日情報に関するニュースレターを発信し(登録件数1万3千以上)、また、web サイトへの情報掲載やオンライン広告発出を行っている。10月末に発出したニュースレターでは、北海道胆振東部地震からの復興支援の一環として、トピックスの一つで北海道特集を行った。特集では、北海道を札幌、小樽、道央、道北、道東、道南の6つの地域に分け、11月から各地域で始まるイルミネーション等のイベントを紹介するとともに、震災以降問題なく北海道旅行を楽しめることをニュースレター購読者等に対し発信した。



北海道特集 (<https://www.jnto.or.th/newsletter/romantic-in-hokkaido/>)

【シンガポール】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日シンガポール人数は、前年同月比5.4%増の23,400人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日シンガポール人数は、前年同月比9.4%増の35,100人で、10月として過去最高を記録。2017年3月以降20ヶ月連続で当該月最高を更新中。
- 秋は紅葉等を目当てにした訪日が増える時期であり、2017年から行っている秋季の訪日需要拡大のためのプロモーションやコンテンツの充実により、SIN事務所が運営する訪日コミュニティサイト内でも秋の記事の検索が増える等、旅行シーズンとして春季の送客に次ぐ地位を獲得しつつある。また、新規就航、機材の大型化によって航空便座席供給数が全体的に増加傾向にあり、一定の訪日数の伸びに繋がっている。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月にはインフルエンサーを東北地域に招請し、会員専用サイト「JAPAN By Japan」を活用した情報発信や動画配信を行い、一般消費者に東北旅行の魅力をPRした。また、10月には4日間にわたり開催されたJR東日本運営の「Japan Rail Cafe」主催のイベントにて、東北情報発信ブースを出展し、期間中にインフルエンサーが自身の体験から東北を紹介するトークショーを開催した。また会場には果物狩りを疑似体験しながら東北の知識を得たり、東北の果物を使った商品があたるラッキードローに参加したりできるコーナーを設けた。



招請時に撮影した写真・動画(左・中)

イベント内に設置した果物狩り体験ブース(右)



<https://japanbyjapan.com/tohoku/travel-ideas/>

- 10月より中部と九州の食の紹介に紐づけたかたちで大手オンライン・トラベル・エージェント(OTA)との共同プロモーションを開始した。

【マレーシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日マレーシア人数は、前年同月比0.8%増の26,700人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日マレーシア人数は、前年同月比0.7%減の39,100人となった。
- 9月は関西空港閉鎖の影響やエアアジアの期間減便があったものの、4連休を含め祝日数が増加したことで旅行需要が増加し、過去最高となった。10月はマレーシア航空のクアラルンプール-成田線の増便や機材変更による座席数の増加があったものの、前年設定のあった祝日(ディパバリ)を含む臨時学校休暇が、本年度は11月に変更となったため、昨年と比較して数字が低調となり、前年同月を下回った。

9-10月の主なプロモーション活動

- MATTA (Malaysian Association of Tour and Travel Agents) Fair クアラルンプール 2018 に出展

9月7日(金)~9月9日(日)の3日間、クアラルンプールで開催された旅行博「MATTA Fair クアラルンプール」に出展した。現地の連休と重なったため、総入場者数は94,000人(速報値)と前年に比べ減少したものの、期間中の訪日旅行商品販売数は増加し、訪日旅行需要の堅調さが窺えた。開催直前に関西国際空港の閉鎖や、北海道胆振東部地震があったにも関わらず、関西、北海道の観光関係者にも多数ご出展頂き、旅行博を盛り上げていただいた。また現地のマスコミを通じて、関西、北海道の現状について正確な情報も発信した。

- Facebookによる情報発信事業

マレーシア市場向け Facebook では、日本の四季を感じさせる秋の紅葉や食、文化を毎日継続的に発信することで、マレーシアにはない「四季」を強く意識させ、訪日旅行への興味関心を喚起した。またムスリムに対しても、食を中心とした日本の環境整備状況を伝え、ムスリムでも安心して旅行できる日本を強くアピールしている。



MATTA Fair クアラルンプール 2018の様子



Facebook での投稿状況



【インドネシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日インドネシア人数は、前年同月比10.7%増の24,400人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日インドネシア人数は、前年同月比4.4%増の28,300人で、10月として過去最高を記録。
- トラベルフェア等の訪日旅行プロモーションが好評であったものの、5月から新規就航したインドネシア・エアアジアXのジャカルタ-成田線が10月から運休した影響もあり、訪日者数の伸び率は9月に比べ10月は鈍化した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 各メディアの記事掲載を通じて訪日旅行促進を図るため、インドネシア現地のメディアおよびブロガーの計4名を8月30日から9月5日まで東京・沖縄に招請し、ムスリム対応の食事なども含めて各地取材いただいた。
- JNTO主催の「Japan Travel Fair 2018 Autumn & Winter」を、10月12日(金)～14日(日)の期間で、ジャカルタ市内のショッピングモールにて開催し、日本から出展した16団体とともに日本の観光情報を発信による訪日旅行の促進をおこなった。また、同会場では、現地の主要旅行会社21社が特別運賃の航空券や訪日旅行商品の販売を行った。来場者は、3日間合計約5.5万人、訪日旅行商品の購入者数約3,452人となり、昨年は8月開催であったものの、昨年対比+32%となった。



「Japan Travel Fair 2018 Autumn & Winter」(ジャカルタ)の様子

- インドネシア3都市において10月15日から18日にかけて訪日旅行セミナー・商談会を開催し、現地旅行会社等に向けて訪日旅行商品の造成を促した。特にインドネシア第2の都市であるスラバヤでは、インドネシア側のバイヤー数が昨対比+60%となり、訪日旅行への関心の高さが窺えた。また、ジャカルタ、スラバヤでは、基調講演として、(一社)日本外航客船協会クルーズマスターによる「クルーズセミナー」を開催し、日本発着クルーズ商品などを紹介して、クルーズを通じたプロモーションを行った。

開催都市	開催日	バイヤー数 (インドネシア側)	セラー数 (日本側)
ジャカルタ	15日(月)	70社 100名	42社
スラバヤ	16日(火)	72社 105名	28社
メダン	18日(木)	46社 63名	27社



クルーズセミナー(ジャカルタ)の様子



商談会(スラバヤ)の様子

3都市訪日旅行セミナー・商談会 開催結果

【フィリピン】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日フィリピン人数は、前年同月比10.4%増の24,800人であった。9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日フィリピン人数は、前年同月比12.4%増の47,300人で、10月として過去最高を記録。
- 台風による関西空港の閉鎖により休航便が生じたものの、3月からのジェットスター・アジアのクラーク-関西線の新規就航やフィリピン航空のセブ-中部線の増便等に加え、継続的な訪日需要により訪日者数増加を牽引したと考えられる。

9-10月の主なプロモーション活動

- フィリピン航空のマニラ-新千歳間の新規就航(12月7日就航予定)の支援をするため、フィリピン航空と連携した共同プロモーションを実施。フィリピン航空が実施していた Ultimate Seat Sale の時期にあわせ、ライフスタイル情報サイトの SPOT.PH と Google にてバナー広告を掲出した。またプロモーション効果を高めるためにフィリピン市場の公式 Facebook「Visit Japan Philippines」を活用した参加型プロモーションを連携して展開し、「マニラ-新千歳間往復チケットが3ペア6名に当たる」プレゼントキャンペーンを実施した。



Ultimate Seat Sale のバナー広告

- 北海道胆振東部の被災地域に対する観光分野の支援策として、フィリピン航空のマニラ-新千歳の北海道行き旅行商品を販売している現地旅行会社と共同広告を実施。instagram や Facebook 等の SNS に加えて、The Philippine Star といった新聞媒体での広告でも実施することで幅広い層に向けたプロモーションを行った。



RAKSO TRAVEL との共同広告

【ベトナム】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日ベトナム人数は、前年同月比15.4%増の29,300人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日ベトナム人数は、前年同月比21.4%増の39,400人で、10月として過去最高を記録。
- 秋の紅葉シーズンに向けたツアー販売、チャーター便やインセンティブツアー催行などにより、訪日者数は好調に推移した。また、10月初旬のフック首相の公式訪問およびそれに伴う関係者の来日も、訪日客数増加に寄与した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月6日から8日にかけて、ホーチミンのサイゴン・エキシビジョン&コンベンションセンターで開催された旅行博「International Travel Expo 2018 (ITE)」にVJブースを出展し、日本の魅力発信による訪日旅行需要の喚起、および旅行会社と連携した訪日旅行商品の販売促進を行った。期間中は4,700人を超える人々がVJブースを訪れ、また、800件近くの訪日旅行商品が販売された。



ITE HCNC
VJブースの様子

- 10月27日から28日にかけて、ハノイ郊外のイオンモール・ロンビエンにて JNTO 主催の訪日旅行促進イベント「Japan Travel Fair 2018」を開催した。現地旅行会社5社、自治体など日本側5団体が参加し、訪日旅行の魅力を実践した。来場者数は2日間合計で27,000人を超え、日本に対する関心の高さが伺えた。本イベントを機に訪日旅行へのさらなる需要喚起につながることを期待される。



Japan Travel Fair 2018 VJブース、ステージイベントの様子

- 10月29日、ハノイにおいてビジットジャパンセミナー・商談会を実施した。日本からは自治体や旅行関係業界など19団体、ベトナムからは旅行会社など21団体、メディア4団体が参加し、増加する訪日旅行需要をビジネスチャンスと捉え、的確に対応するための積極的な商談が行われた。



ハノイでの商談会の様子

【インド】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日インド人数は、前年同月比15.5%増の13,300人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日インド人数は、前年同月比9.6%増の13,700人で、10月として過去最高を記録。
- 訪日旅行の知識向上及び訪日旅行商品造成・販売促進を目的とした総領事館や航空会社と連携した旅行会社対象セミナーなどの取り組みや、インセンティブツアー成約増などにより訪日者数は堅調に推移。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月3日から9月9日までの日程で、大都市圏在住の富裕層に向けて、日本観光情報の露出拡大を図ることを目的とし、現地の大手メディアである Gujarat Samchar 社と Daily News & Analysis 社の2媒体から計2人を招請。人気のゴールデンルートと新規デスティネーションを紹介するために、東京、京都、長野、岐阜、名古屋等を巡る行程。潜在的訪日旅行者層に訴求できる「自然」「文化」「先端技術」「夜景」の魅力を感じられるコンテンツを体験してもらい、所属メディアと自身の SNS で情報配信を行う。
- 台風第21号の影響を受けた関西地区の活性化を図る目的で、10月20日からタイ航空と大手 OTA の Yatra.com のウェブサイトにて共同広告を実施し、デリー、ムンバイ及びバンガロール、チェンナイ、コルカタ等からの当該地域への誘客促進を図った。



白川郷散策



宿坊での精進料理



リニア鉄道館見学



歌舞伎町でのナイトライフ視察

【豪州】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日豪州人数は、前年同月比10.2%増の48,600人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日豪州人数は、前年同月比20.2%増の47,400人で、10月として過去最高を記録。
- 10月はNSW州、QLD州等で今年のスクールホリデー(春休み)の開始日が前年より約一週間後ろ倒しになったため、教育旅行などの一部需要が9月から10月にシフトしたと思われる。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月16日～19日に、シドニーで開催された富裕層市場に特化したBtoB商談会「Luxperience」に共同出展者6社とともに出展し、3日間で300件を超える商談を実施した。16日に発表された「Luxperience 2018 アワード」では、観光局が対象となるDestination部門でJNTOが受賞した。受賞により、複数の業界メディアへの掲載、旅行先の紹介および参加者へ配布された冊子への掲載など様々な媒体で取り上げられ、富裕層市場としての日本へのさらなる関心の高まりが期待される。



商談会の様子



Luxperience イベントディレクターMichelle Papas 氏(右)と
JNTO シドニー事務所長

- 9月～10月にかけて、地方をPRすることを目的に複数のメディア・インフルエンサー招請を実施した。
まず、9月2日～7日にかけて、名古屋・郡上八幡・白川郷・高山・上高地・安曇野・軽井沢にオンラインメディアのJunkee Mediaと新聞のTraveller紙から記者を招請。続いて、9月13日～19日にかけて、長崎・熊本・大分・福岡にインフルエンサーのPat Kay氏を招請し、自身のSNSでの発信に加えてyoutubeで動画の発信を行った(<https://www.youtube.com/watch?v=btH3HvqeeAA>)。また、10月1日～8日にかけて、「Enjoy My Japan グローバルキャンペーン」と連動し、アウトドアと自然をテーマに和歌山・徳島・岐阜にインフルエンサーを2名招請し、トレッキングなど様々なアクティビティを体験してもらった(<https://www.instagram.com/connorjvaughan/>)(<https://www.instagram.com/ainraadik/>)。その他、10月21日～26日にかけては、RWC2019をテーマにしたメディアファムを実施し、豪州からは新聞挟み込み冊子Escape誌とTraveller誌の記者を札幌・静岡・神戸・大分・東京などの試合会場都市に招請した。



メディア招請 軽井沢



メディア招請 善光寺

- 9月15日、16日にメルボルンにて開催されたマンガ・アニメを通して日本文化を紹介する「Madman Anime Festival」に初出展。豪州にもマンガ・アニメに関心を持つ層は多く、VJブースには2日間で約1,800人が来場し、来場者の多くを占める若者やカップルなどに訪日旅行をPRした。

【米国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日米国人数は、前年同月比4.4%増の104,600人で、9月として過去最高を記録
- 2018年10月の訪日米国人数は、前年同月比14.3%増の144,000人で、10月として過去最高を記録。
- 台風や北海道胆振東部地震の影響は見られず、PR会社を活用したメディアへの働きかけが奏功し訪日旅行関連のメディア露出が堅調に増加して訪日需要を喚起しているほか、従前より実施しているクルーズ会社との共同事業等により引き続き訪日クルーズ需要が好調であった。

9-10月の主なプロモーション活動

- ILTM North America への出展(ロサンゼルス事務所)
9月24日から27日まで、メキシコ・リビエラマヤで開催された富裕層を顧客に持つ北米のトラベルエージェントとの商談会「ILTM North America」に出展した。サプライヤーとして世界60カ国から328のホテルや旅行会社(ツアーオペレーターやランドオペレーター)、政府観光局等が出展する一方で、米国、カナダ、メキシコの120都市から332社のトラベルエージェントがバイヤーとして参加。JNTO ロサンゼルス事務所は57件の商談を行ったほか、セミナーを開催し、40名以上のエージェントに向けて、訪日旅行の最新動向についてのプレゼンを行った。多くのバイヤーから、マーケットにおける訪日旅行人気や継続的な情報提供依頼の声が聞かれ、また、各国・都市によって異なる富裕層マーケットのニーズを理解し、深い日本の魅力発信を行う貴重な機会となった。
- Society of American Travel Writers (SATW) 年次総会への出展(ニューヨーク事務所)
9月23日から27日までバルバドスで開催された Society of American Travel Writers (SATW) の年次総会にスポンサーとして初参加した。SATW はアメリカ・カナダの約1,100人のジャーナリスト等旅行関連のメディア関係者で構成される組織であり、年1回総会を開催している。今回の総会におけるメディア関係者との対面ミーティングのセッションには日本(JNTO)はアジア圏から唯一のデスティネーションとして出展した。ミーティングでは、まだメディアにあまり取り上げられていない地域に関する質問が多く、九州や東北、四国など日本各地を「これから注目の観光地」としてタイムリーな各種イベントやニュースと合わせて紹介し、ゴールデンルートにとどまらない日本の多様な魅力を米国の旅行メディア関係者にアピールした。



ILTM North America における商談



SATW 総会におけるミーティング

【カナダ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日カナダ人数は、前年同月比3.5%増の23,100人で、9月として過去最高を記録した。
- 2018年10月の訪日カナダ人数は、前年同月比15.0%増の33,800人で、10月として過去最高を記録した。
- 9月においては前年同月比3.5%増の23,100人で、9月として過去最高を記録。6月のエアカナダのモントリオール-成田線の新規就航による直行便の座席供給量の増加や、これを契機とした共同広告事業の展開があったものの、関西空港の閉鎖によるバンクーバー-関西線の欠航やツアーキャンセル等もあり、伸び率は1桁台にとどまった。
- 10月においては前年同月比15.0%増の33,800人で、10月として過去最高を記録。6月のエアカナダのモントリオール-成田線の新規就航による直行便の座席供給量の増加や、これを契機とした共同広告事業の展開があったことに加え、クルーズ船を利用した訪日旅行が大きく伸長したことにより、訪日者数は2桁台の伸びを記録した。

9-10月の主なプロモーション活動

◆ 【旅行会社招請】

9月と10月に旅行商品造成を目的とした招請旅行を実施した。

9月は11日(木)から19日(金)の日程で、カナダの旅行会社、航空会社の計7名を東京、鹿児島、熊本、長崎、福岡へ招請し、九州の魅力的な観光地や食等を紹介した。

また、10月は23日(火)～31日(水)の日程でカナダの旅行会社7名を大阪、兵庫、広島へ招請した。

参加者の多くが初訪日であったため、日本の様々な魅力を実際に体験してもらい、日本に対する理解・知識を深めてもらうことで、今後の訪日旅行商品の販売促進につなげていく。

◆ 【旅行博・セミナー】

10月19日(金)から21日(日)の日程で、カナダフランス語圏ケベック州モントリオールにて開催された Salon International Tourism Voyage (SITV)に出展した。今年のSITVの総来場者数は36,700人(前年34,200人)で、日本・カナダの共同出展者とともに、VJブースに訪れた約8,600人に対して訪日旅行のPRを実施した。

また、SITV前日の10月18日(木)には現地の旅行会社・メディアを対象にSITV共同出展者とともに商談会・セミナーを実施し、活発な商談が行われた。



(お好み焼き体験(広島))



(SITVでのVJブース)



(モントリオールでの商談会の様子)

【英国】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日英国人数は、前年同月比0.8%減の26,900人で、訪日人数が僅かながら落ち込んだ。
- 2018年10月の訪日英国人数、前年同月比11.1%増の36,900人で、10月として過去最高を記録。
- 9月の落ち込みはあったものの、10月は過去最高を記録し、継続して実施しているプロモーションの効果等により訪日への関心は引き続き旺盛。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月30日にロンドン中心部のトラファルガー広場で開催された日本文化イベント「Japan Matsuri」に今年も参加した。日本食レストランや様々なジャンルのトレーダー、パフォーマーが参加する毎年恒例のイベントで、今年は10周年記念となった。全体の来場者数は約50,000人と、日本ファンのみならず、多くの来場者が集まるイベントである。今年は、会場の巨大スクリーンに”Enjoy My Japan”動画や欧州ブランディングの”Where tradition meets the future”の動画広告を流し、旅行先としての日本をPRした。JNTOブースでは来場者による訪日旅行の相談もあり、用意したパンフレット類もイベント終了前に全て配布しきる盛況ぶりであった。
- 10月25日から10月28日までロンドンで開催されたThe Telegraph Ski & Snowboard Festival(前 The Telegraph Ski & Snowboard Show)にVJブースを出展した。毎年30,000人以上が来場し、スキーリゾートの紹介以外にも新しいスキー用品の展示販売やスキーのパフォーマンスなど、スキーに関連する情報がすべて集まるイベントである。日本のスキー関連団体4社および英国の旅行会社2社とともに、スキーデステイネーションとしての日本をPRした。
- 上記イベントの初日の夜には、ロンドン市内で、日本側の共同出展者と英国の旅行会社(スキーを取り扱っているまたは、今後取り扱うことを検討している)との商談会を実施した。7社12名の英国側旅行会社が参加し、日本側共同出展者と活発に商談が行われた。



Japan Matsuri での JNTO ブースの様子



The Telegraph Ski & Snowboard Festival
セミナーの様子

【フランス】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日フランス人数は20,100人で、前年同月比9.9%増となった。9月として過去最高。
- 2018年10月の訪日フランス人数は、34,300人で、前年同月比13.7%増となった。10月として過去最高。
- 9月においては、台風第21号の影響による関空の閉鎖に伴い、直行便に欠航が発生し、訪日旅行への影響が懸念されたが、訪日者数は前年比9.9%増となり、直近では大きな影響をもたらさなかったと考えられる。
- 様々な手法のプロモーションの継続的な実施により、旅行先としての日本の認知度向上が図られている上、日仏友好160周年に併せた日本関連の文化イベントの街頭広告やオンライン広告が多く掲出されており、日本のプレゼンスが高まっている。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月25日～28日、パリのポルト・ド・ヴェルサイユにて開催されたBtoB旅行見本市「IFTM TopResa 2018」に共同出展者14団体とともにビジットジャパン(VJ)ブースを出展し、旅行業界向けにPRを行った。連日、事前申し込みのあった共同出展者やJNTOによって、会場内に用意されたカンファレンスルームにてセミナーが行われ、新たな日本の旅行地の情報を求めて、旅行会社販売員や造成担当者が出席した。
- 10月20日から22日まで、ジャポニスム2018企画「地方の魅力—祭りと文化」のうち、パリのアクリマタシオン庭園で行われた「祭り」イベントに、JNTO、地方自治体、旅行会社等が観光PRブースとして出展。期間中の来場者数は6万人となり、訪問者に旅行先としての日本のPRを行うことができた。19日には、レセプションを、JNTO、国際交流基金、日本貿易振興機構(JTERO)の共催で行い、旅行関係者やメディアなど190人が来場し、夏に撮り下ろされた東北三大祭りの映像や、翌日から始まる「祭り」のデモンストレーション等を行った。



TopResaの様子



「地方の魅力—祭りと文化」レセプションの様子

【ドイツ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日ドイツ人数は、前年同月比9.2%増の20,000人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日ドイツ人数は、前年同月比12.8%増の24,900人で、10月として過去最高を記録。
- 堅調な経済状況やOTAとの共同広告など、継続的に展開している訪日旅行プロモーションの効果に加え、10月は大型クルーズ船の寄港もあり、訪日者数は堅調に推移した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月から10月にかけて航空会社との共同プロモーションを実施し、昨年の同時期のキャンペーンに比べて、訪日旅行予約数が、約3割増加した。
- ベルリン、ハンブルグ、デュッセルドルフなどの主要地方新聞に挟み込まれる年1回の旅行特集冊子(発行部数:25万部、読者数76万人、配布9月~10月)において、日本への旅行で楽しめることとして世界的に知られた食文化や美しい自然の中でのハイキング等を紹介した。
- Visit East Asia 事業として、10月にKTO(韓国観光公社)フランクフルト事務所とJNTOフランクフルト事務所が共同でドイツのインフルエンサー(ブロガー)招請を実施。7名のインフルエンサーが東京とソウルを訪れ、それぞれが両都市の魅力をSNSやブログから発信した。



ドイツ主要地方紙の旅行特集冊子での紹介



日韓共同インフルエンサー招請による情報発信

【イタリア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日イタリア人数は、前年同月比20.6%増の12,300人で、9月として過去最高を記録した。
- 2018年10月の訪日イタリア人数は、前年同月比20.3%増の15,100人で、10月として過去最高を記録した。
- 経路便の座席供給量の増加に加え、航空会社との共同広告や雑誌への日本各地の記事の掲載、JNTO イタリア語 Facebook での情報発信などによる旅行先としての日本の認知度の高まりや、クルーズ船の需要の増加もあり、訪日者数は引き続き好調に推移した。なお、10月までの累計は129,600人となり、過去最高であった2017年の年計(125,864人)を超えた。

9-10月の主なプロモーション活動

- 東北の観光復興を効果的に推進するため、9月2日から10日にかけて、メディア招請を実施した。松島、平泉、鳴子、銀山温泉、山寺などを訪問し、メディアを通じて東北の魅力を訴求することで、認知度の向上に努めた。
- 9月10日から10月7日にかけて、ANAを窓口とし、スターアライアンスに属する航空会社との共同広告を実施した。往復の航空券をキャンペーン価格で提供し、特設サイトでのモデルコースを紹介し、オンライン広告、ラジオ広告等を実施し、訪日需要の喚起を図った。
- 10月10日から12日にかけて、リモコで開催されたBtoB向け国際観光見本市「TTG INCONTRI 2018」に出展した。旅行会社を中心に18団体が共同出展者として参加し、旅行会社、メディアなどに向けて、訪日旅行の魅力を実践した。



メディア招請
狛鼻溪舟下り



メディア招請
こけし絵付け体験



TTG 出展の様子

【ロシア】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日ロシア人数は、前年同月比17.1%増の7,600人で、9月として過去最高を記録。
2018年10月の訪日ロシア人数は、前年同月比15.9%増の10,800人で、10月として過去最高を記録。
- S7航空のノヴォシビルスク⇒成田便、イルクーツク⇄成田便の新規就航やオーロラ航空のウラジオストク⇄成田便(2017年3月～就航)の増便、SU直行便機材大型化(10/9-28)等が増加に貢献した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月11日から13日、冬と春の旅行パッケージが公開される大型見本市 Leisure Moscow に日本ブースを出展し、日本の共同出展社5社よりガストロノミー旅行商品の紹介活動を行った。「ワインとガストロノミー」の特設エリアにて和食のプレゼンテーションやクッキングクラス等を開催し、Leisure 博に来られた来場者に訪日の食と観光を宣伝した。また10月1日からのビザ緩和や今後のプロモーション活動に関する記者会見を行い、20社以上のメディア、業界関係者が集まった。さらに、モスクワの中心部の会場にてガストロノミー観光促進セミナーを実施し、和食の試食やなだ万料理長等による和食の魅力に関する講演を行い、約60名のメディア、旅行業界関係者が集まった。
- 9月31日、ウラジオストク市の中心部に年に1回開催される観光イベント Travel Fair に出展し、訪日旅行の魅力を発信した。日本から TCVB(東京都)、OCVB(沖縄県)、ロシア側オーロラ航空、ウラル航空が出展した。航空会社は参加者向けに航空券の懸賞に航空券2枚ずつ(合計4枚)を提供し、またウラル航空が札幌便の新規就航を告知した。今年は3回目の実施、来場者数は約8,000人に登った。
- 5月～6月の2か月間ナショナルジオグラフィックロシアオンラインで実施した日本フォトコンテスト優勝者および優秀者の作品50点の写真展をクレムリン近くのニコリスカヤ通りにて10月1日～31日実施した。初日はオープニングセレモニーも実施し、多くのメディアの露出にもつながった。
- 毎年実施の訪日観光促進セミナーを今年はスキーをテーマに極東の三大都市(10月1日ウラジオストク、2日ハバロフスク、4日ユジノサハリンスク)にて実施した。セミナーにスキーのインフルエンサー2名を招待し、訪日スキーの魅力や、他のスキーデスティネーションと比較したメリットを説明した。セミナーの後は商談会を実施した。



ガストロノミーセミナーの様子

フォトコンテストの様子



ウラジオストク Travel Fair の様子



スキーセミナーの様子

【スペイン】

9-10月の市場動向トピックス

- 2018年9月の訪日スペイン人数は、前年同月比13.1%増の10,600人で、9月として過去最高を記録。
- 2018年10月の訪日スペイン人数は、前年同月比17.0%増の14,100人で、10月として過去最高を記録。
- 外国旅行需要自体が増加傾向にあることに加え、航空会社や現地OTAとの共同広告など、継続的に展開している訪日旅行プロモーションによる旅行先としての日本の認知度の高まりもあり、訪日者数の増加率は2桁台の伸びを維持した。

9-10月の主なプロモーション活動

- 9月1日より大手旅行サイトMinubeとのロコミキャンペーンを開始。9月の1か月間は訪日観光のロコミ情報を投稿してもらい、10月は投稿情報の特設サイト上で役に立つ情報、お気に入りの情報に「いいね」を押す投票期間とした。
- 9月17日～10月19日に日本航空、イベリア航空、フィンエアー、ブリティッシュエアラインズと共同広告を実施。メトロや旅関連雑誌のオンライン版へ広告を掲出し、日本の露出を図った。



大手旅行サイトとのロコミキャンペーン



航空会社との共同広告：バルセロナ地下鉄デジタル広告



航空会社との共同広告：オンライン広告

