

【韓国】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日韓国人数は、前年同月比 99.9%減の 300 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日韓国人数は、前年同月比 99.8%減の 700 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 9 日から日本入国における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等により、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- ◆ 渡航再開後の訪日を促すプロモーション動画「その日を待ちながら」を 7 月初旬に公開した。本動画は、昨年度事業にて制作した動画素材を活用し新たなメッセージ動画に再構築したもので、合計再生回数は 83 万回を突破している(8 月末時点)。再生回数に比例する形で、Instagram のフォロワー数は昨年 7 月の不買運動開始以降初めて増加に転じている。



(動画「その日を待ちながら」)

- ◆ ソウル事務所の Instagram、Facebook では、韓国のトレンドでもある素朴な世界観に情景を表す短文コピーを添えたクリエイティブにて投稿を行っているが、動画の投稿への反応が良い。一見静止画のようだがよく見ると一部が動く仕掛けが、フォロワーの注目を集めている。



(Instagram の動画例)

【中国】

7-8 月の市場動向トピックス

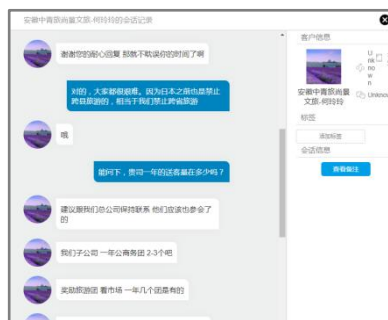
- 2020年7月の訪日中国人数は、前年同月比99.9%減の800人であった。
- 2020年8月の訪日中国人数は、前年同月比99.8%減の1,600人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。また、1月27日以降、中国政府の通達により海外旅行商品の販売が禁止され、4月21日以降、中国政府外交部より海外旅行自粛の指示が出されていることから、観光客の渡航は実質的に不可能な状況が続いていることに加え、中国入国者に対して14日間の施設での隔離等が求められている。日本への直行便は、7月、8月中も大幅な運休・減便が続いていた。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 2020年8月3日～5日まで実施された MICE の見本市・商談会 IT & CM China に出展した。今回は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で初のオンライン開催となった。中国を中心にアジア各国から約400社・団体のバイヤーが参加し、台湾、韓国、タイなどの政府観光局がセラーとして出展し、活発な商談が行われた。



オンライン展示会場



ウェブ対面やチャット機能によるオンライン商談ブース



オンラインセミナー

- 2020年7月より上海・広州事務所管轄エリアの旅行会社に対する訪日旅行スペシャリスト育成Eラーニング事業を実施している(北京事務所管轄は9月～)。当事業はJNTO公式SNSであるwechat内からアクセスし、日本の観光地情報や文化などを学ぶことで訪日旅行商品の販売促進を目指したもの。例年は、10月の国慶節以降に実施しているが、新型コロナウイルス感染症の影響により早期開催希望があったため、今年は前倒しての実施とした。コロナ禍においても、旅行会社スタッフの訪日旅行商品造成知識習得意欲の高さがうかがえた。



Eラーニング授業内容(動画)



理解度テスト

【台湾】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日台湾人数は、前年同月比 100.0%減の 100 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日台湾人数は、前年同月比 99.9%減の 400 人であった。
- 7・8 月も、新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 17 日以降、台湾における日本への渡航警戒レベルが更に引き上げられたこと等に加え、4 月 3 日以降、日本における検疫強化、上陸拒否の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、9 月 8 日から日台間での「レジデンストラック」の受付を開始した。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 8 月 28 日～31 日に開催された台北国際観光博覧会(TTE)に、VJ ブースを出展した。ブース内では、「安心安全」に向けた取り組みや、アフターコロナを意識し、登山やサイクリング等アウトドアアクティビティの魅力を中心に PR した。また全国から募集したパンフレットの配布や、自治体や鉄道会社によるステージ PR など、オールジャパン体制で日本の安心安全対策や観光の魅力を発信し、日本ファンの心を繋ぎ止めた。
- 旅行博全体の展示ブース数は昨年比約 50%減、全体来場者数も約 38%減であったが、VJ ブース来場者数は約 27%減であった。また、ブース内で実施したアンケートでは、「日台往来再開後 3ヶ月～半年以内に訪日したい」が 50%以上という結果になり、高い訪日意欲がうかがえた。



VJ ブース



ステージ PR の様子



パンフレット配布の様子

【香港】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日香港人数は、前年同月比 100.0%減の 20 人であった。
- 2020年8月の訪日香港人数は、前年同月比 100.0%減の 40 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月9日以降、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと、3月17日以降、香港政府が中国本土、マカオ、台湾を除く全ての国・地域への渡航警戒レベルを引き上げ海外渡航の自粛を要請したこと等もあり、両月ともに訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 訪日旅行冊子を作成し、香港事務所の Facebook や香港の書店・飲食店等で紹介・配布した。日本各地の秘境や離島のほか、日本人の生活風景など混雑を気にせず楽しむことのできるコンテンツの紹介を通じて、外出自粛期間中の「癒し」の提供、訪日旅行意欲の維持、そして新型コロナウイルス感染症収束後の旅行喚起を図った。



冊子表紙

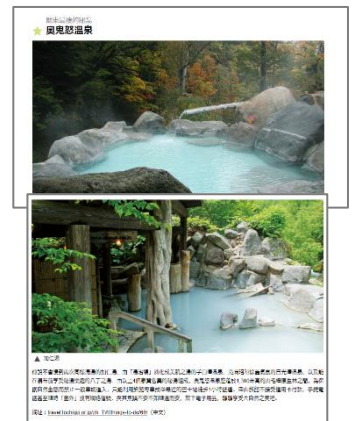


フォトジェニックなスポットや日本人の生活風景を紹介

- 7月に、香港事務所の公式サイト及び Facebook にてキャンペーンを実施した。「癒し」をテーマに、東京から旅行することのできる温泉や自然景観などを紹介し、アンケートに答えていただく形式で、訪日旅行意欲の維持と、新型コロナウイルス感染症収束後の旅行喚起を図った。



キャンペーンキービジュアル



各地の温泉や自然景観などを紹介

【タイ】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日タイ人数は、前年同月比 100.0%減の 20 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日タイ人数は、前年同月比 99.2%減の 400 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、7 月 29 日から「レジデンストラック」の受付を開始した。出国制限はないものの、タイ民間航空局が通常旅客便の運航を引き続き禁止しているため、出国は実質不可となっている。自国民の日本からの例外的な入国については、原則、経費タイ政府負担による政府指定施設での 14 日間の自己隔離が義務付けられている。日本への直行便は、9 月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

＊ タイ消費者に対するコロナ後の訪日に関するアンケート調査/オンラインセミナー(タイ市場編)

8 月中旬にバンコク事務所 Facebook 上で一般タイ人を対象にアンケートを実施し、訪日リピーターを中心に 513 名の回答を得た。訪日意欲の高さ、感染対策への高い関心、旅のスタイルの変化(FIT 化、レンタカー等)、タイ現地の「日本の食」が将来の訪日意欲を高めていること等が判明した。先に実施した旅行会社へのヒアリング結果、最近の SNS 分析から見えるトレンドとともに、JNTO 主催オンラインセミナー・訪日メディア主催のオンライントークセッションにて最新状況をお伝えした。

＊ I Miss Japan ロゴを活用した情報発信の連携

7 月よりタイ消費者への将来の訪日意欲喚起を目的とした情報発信を行う団体に対し、バンコク事務所で作成した I miss Japan ロゴを配布し、現在、訪日メディア・ホテル・鉄道会社・政府機関・自治体等 30 団体に活用されている。バンコク事務所 Facebook においても掲載情報を拡散し、各主体と連携した情報発信に努めている。

https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20200701_3.pdf

また、将来の訪日意欲喚起のための特設サイトを立ち上げ、日本全国の VR ツアー、過去の人気記事のキュレート、各地域からのメッセージを紹介しており、今後も随時コンテンツを追加予定。

<https://www.jnto.or.th/imissjapan/>



【ロゴマーク】



【ロゴ活用事例】

＊ オンラインでの情報発信

将来の訪日意欲の喚起を目的に、日本側団体と連携しながら、Facebook/Instagram での情報発信を継続して毎日実施中。刻々と変わる状況に応じて、「今の観光地の状況」、「安心安全の取組」、「訪日の思い出共有」、「コロナ後を見据えた新しい観光資源」をポイントとした発信を行っている。4 月と比較して 7 月は平均リーチが 2.7 万から 4.0 万と 1.5 倍、エンゲージメントも平均 2 千から平均 3.3 千と 1.7 倍となり、エンゲージメントは昨年 12 月の平均 2.2 千と比べても増加している。



(参加型投稿の PR 例)
8/22 日本食に関する
思い出想起型の投稿を実施。



(自治体・企業との連携例)
8/29 鉄道会社による
感染防止対策の紹介。

【シンガポール】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日シンガポール人数は、前年同月比100.0%減の10人未満であった。
- 2020年8月の訪日シンガポール人数は、前年同月比99.9%減の20人未満であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。なお、8月13日の日本・シンガポール外相会談にて、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、「ビジネストラック」及び「レジデントラック」の9月開始を目指すことで合意がなされ、その後の協議・調整を踏まえ、9月11日、両国は9月18日より「ビジネストラック」を開始することを発表した。日本としての「ビジネストラック」の開始はシンガポールが初めてとなる。

7-8 月の主なプロモーション活動

- ＊ 7月14日から8月23日にかけて、今年度年間を通じて実施する予定のテーマ別オンラインキャンペーンの第3弾として、「きれいになる女子旅」をテーマとしたオンラインキャンペーンを実施した。テーマ沿った特設ページの作成、Instagram 投稿キャンペーン、テーマに関する Facebook 投稿やシンガポール事務所が管理する会員登録制コミュニティサイト「JAPAN by Japan」の会員に対する EDM の送信等を行った。シンガポールではあまりなじみのない「女子旅」について丁寧に説明することで、日本の新たな一面に関する理解を深める機会とした。キャンペーンでは主に東北地方を取り上げ、同時期に東北地方に関する情報発信を行っていた Japan Rail Cafe が実施するオンラインイベントでも女子旅をテーマとする等の連携をしたほか、全国の日本側パートナーからテーマに関連するコンテンツを募集し、Facebook 等で発信した。特定のハッシュタグを用いて過去に旅行した日本の「カワイイ」写真を投稿する Instagram 投稿キャンペーンでは、1,400 件を超える投稿があった。
- ＊ 8月29日に、テーマ別オンラインキャンペーンの第2弾「インスタ映え絶景」キャンペーンの一環として、Instagram 投稿フォトコンテストの結果発表を行うオンラインイベントを実施した。シンガポール事務所が管理運営する会員制訪日コミュニティサイトの会員限定で参加者を募ると共に、その様子を Facebook 上でライブ配信することでより多くの視聴者に向けて発信した。オンラインイベントでは、結果発表のほか絶景キャンペーンでタイアップした四国ツーリズム創造機構・岡山県からのライブ中継や、Instagram 投稿フォトコンテストで審査員を務めたインフルエンサーによるプレゼンテーション、景品が当たる絶景に関するクイズ等を実施し、合計で 15,000 人以上がイベントに参加・視聴した。Facebook には配信冒頭から「日本大好き」「早く行きたい」などのコメントがあり、イベント中にも多くの好意的なコメントが寄せられたほか、イベント後に実施したアンケートでは、日本からのライブ中継が最も楽しめた、次回訪日時には四国・岡山を訪問したいとの回答が9割以上となり、将来の訪日に向けたプロモーションの一助となった。



オンラインイベントの様子

【マレーシア】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比-100%減の 10 人未満であった。
- 2020 年 8 月の訪日マレーシア人数は、前年同月比-99.0%減の 200 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。なお、8 月 14 日の日本・マレーシア外相会談にて、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、「レジデンストラック」を開始することに合意し、9 月上旬にも開始をすることで一致した。また、3 月 18 日以降マレーシアにおいて発令されている活動制限令による出国禁止が継続されている。日本への直行便は、8 月も引き続き大幅な運休・減便となっていることから 7,8 月とも訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 7、8 月もマレーシア市場の公式 Facebook では、地方の豊かな自然、アウトドアアクティビティ、食の魅力、現代アートなどマレーシア人の趣味趣向を考慮した日本の観光魅力を発信することで、訪日旅行が再開されるまで日本を忘れることがないよう情報発信を行っている。



- マレーシア市場の公式 Facebook において最新の日本の文化を発信するため、「新しい生活様式」を守りながら都内で動画撮影を実施。今後 Facebook で順次公開予定。



【インドネシア】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日インドネシア人数は、前年同月比99.8%減の50人であった。
- 2020年8月の訪日インドネシア人数は、前年同月比98.8%減の200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3月3日以降、インドネシアにおいて、日本への渡航警戒レベルの引上げ等があったこと、3月28日から日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

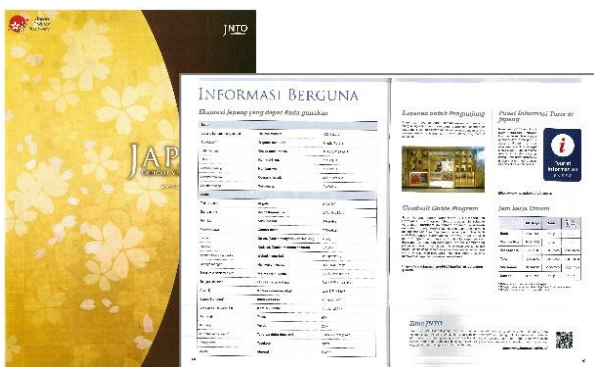
7-8月の主なプロモーション活動

- ジャカルタ事務所では、日本の観光情報などを現地旅行会社向けに発信するため、今年度事業として新たにニュースレターの配信を7月より開始した。第1回ニュースレターでは、観光地情報やモスク情報に加え、訪日団体旅行を送客した場合の旅行会社支援情報などを旅行会社スタッフ約930名(約330社)に配信した。

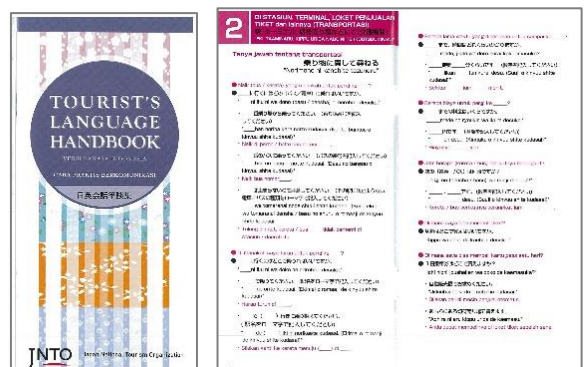


(第1回ニュースレターの様子)

- 急速に進む個人旅行化に対応するべく、コロナ終息後にインドネシアから日本を訪れる個人旅行者にとって有益な情報を届けるため、テーマ別の観光スポットを取りまとめた資料や、旅行に必要な会話を掲載した筆談集をインドネシア語で制作した。



(JAPAN Official Visitor's Guide - インドネシア語)



(会話筆談集 - インドネシア語)

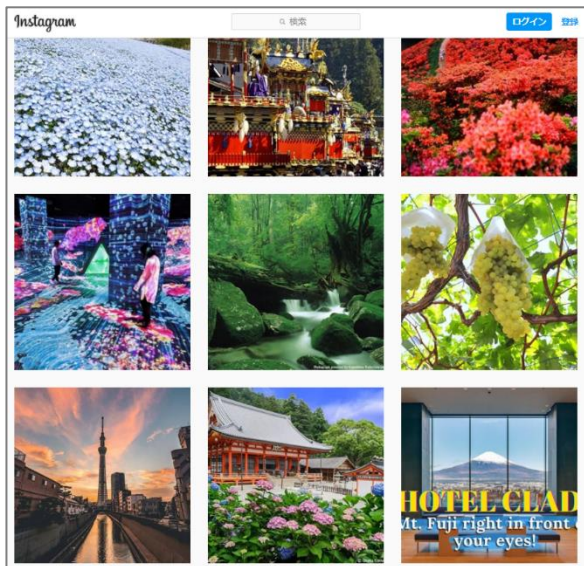
【フィリピン】

7-8 月の市場動向トピックス

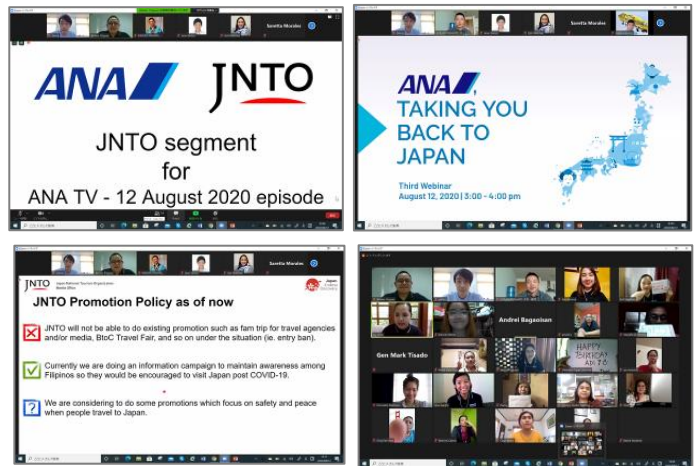
- 2020年7月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 2020年8月の訪日フィリピン人数は、前年同月比 99.7%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、フィリピンでは観光目的の出国は認められておらず、また、日本政府による入国制限、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっていること等から、訪日者数は、両月共に前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- JNTO マニラ事務所では、従来からの Facebook に加え、8月1日にはフィリピン市場向けの公式 Instagram を開設し、新型コロナウイルス感染症の収束後の訪日旅行再開の時に向けて、日本各地の観光魅力を発信した。
- 週1回程度の頻度で、JNTO マニラ事務所職員による一般消費者向け訪日旅行ウェビナーを開催し、フィリピン人の視点で、「日本のフラワーパーク」や「日本の郷土料理」、「必ず訪れたい日本のテーマパーク 10 選」などをテーマに、ウェビナー配信を行った。
- 8月に開催された ANA マニラ支店主催のウェビナーに、マニラ事務所の現地職員がゲストスピーカーとして出演し、現地の旅行会社約 150 社に対して、日本の現状について情報提供を行った。



JNTO マニラ事務所公式 Instagram の開設



ウェビナーでの情報提供

【ベトナム】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 98.5%減の 600 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日ベトナム人数は、前年同月比 97.5%減の 1,100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。なお、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、7 月 29 日から在外公館において「レジデントラック」の受付を開始した。また、ベトナム入国者に対して独立した区域での検査、強制医療申告及び隔離が義務付けられている。日本への直行便は引き続き大幅な運休・減便となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- JNTO ベトナム語公式 Facebook では、定期的に日本に関する情報を発信している。世界的な新型コロナウイルス感染症流行の影響が続いた 7 月から 8 月にかけては、直接訪日旅行を促すようなコンテンツの配信はできなかったものの、感染症が終息した際に訪日につながるよう情報発信を行った。



Date: 6-July
Content: Tanzaku –Wishing paper
in Tanabata festival



Date: 20-July
Content: Stargazing



Date: 16-August
Content: Naraijyuku

- 7 月 21 日、国際交流基金にて、一般消費者向けにアニメツーリズムに関するセミナーを実施し、新規訪日旅行魅力の醸成を行った。セミナーには 60 名が来場しアンケートの結果、参加者の 88% がセミナーに満足したと回答した。
- ベトナム人向け日本情報サイト KOKORO と連携し、在日ベトナム人による日本の観光地を紹介するブログ記事を作成、KOKORO ウェブサイトに掲載した。当該ブログについては、JNTO ベトナム語公式 Facebook においても、8 月 31 日に投稿を行った。

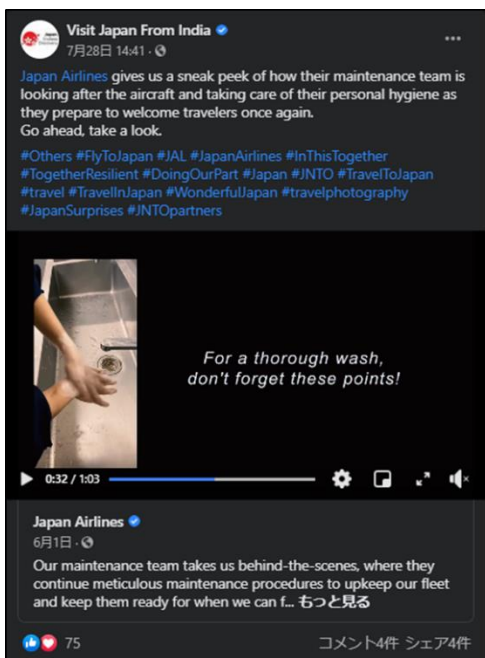
【インド】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日インド人数は、前年同月比97.7%減の300人であった。
- 2020年8月の訪日インド人数は、前年同月比97.7%増の300人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。また、3月中旬にインド政府より発令された海外渡航中止勧告が継続しており、インドへの入国者はPCR検査陰性証明書提示により政府指定施設での隔離は免除されるものの、原則として最初の7日間の政府指定施設での隔離及びその後7日間の自宅等での自主隔離が必要とされている。日本への直行便は、引き続き運休となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- インドにおける1日当たりの感染者数は7月末では約55,000人であったが、8月末には約78,000人に増加しており、感染拡大が続いている。インド最大手 Thomas Cook と同傘下の SOTC が消費者向けに実施したアンケートでは、75%の回答者が旅行時は健康・安全面を最重視するという結果となった。インド国内旅行業界でもインド私立病院と連携し、旅中の衛生に関わるガイドラインを設定し、滞在先のホテルへの順守を求めるなど安心安全な旅行を提供するための対策が行われている。これに伴い、JNTO デリー事務所でも日系航空会社、ホテル、観光施設と連携し「安心・安全の取り組み」を伝える情報発信を実施した。BtoC 向けの取り組みは、フェイスブックにて7月7日と7月28日に航空会社、8月7日にはホテルのコロナ感染予防対策を投稿し、BotB 向けには、現地旅行会社に対してニュースレター配信で紹介した。



Facebook post with partners



Newsletters introducing safety measure

【豪州】

7-8 月の市場動向トピックス

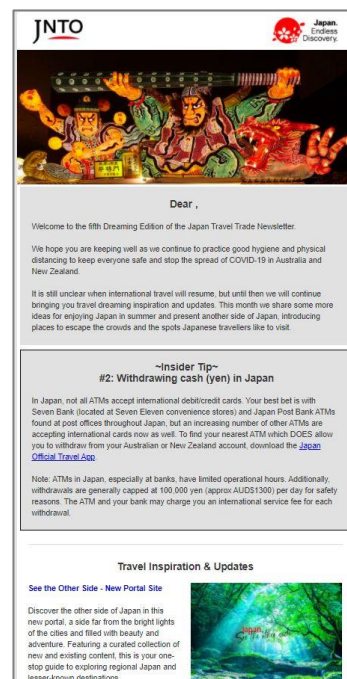
- 2020 年 7 月の訪日豪州人数は、前年同月比 99.9%減の 50 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日豪州人数は、前年同月比 99.7%減の 90 人であった。
- 新型コロナウイルスの影響により、日本政府による上陸拒否、検疫強化の対象となっている。3 月 18 日以降、豪州政府により海外渡航禁止が発令されており、自国民の日本からの入国については、指定された施設における 14 日間の強制的な自己隔離が義務付けられている。日本への直行便は、引き続き大幅な運休・減便となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 8 月 28 日～30 日、シドニー事務所の Facebook にて、日本での食の思い出や食べてみたいものをコメントした方から、抽選で 5 名に日本関連グッズが当たるキャンペーンを実施。豪州市場でも関心の高い「食」がテーマだったことから、大きな反響を得た。訪日旅行ができない中でも、本キャンペーンを通じて訪日旅行を思い描くことができ、当所の Facebook ファンの訪日旅行に対する興味関心や意欲を高められたと考える。
- 一般消費者向け、旅行会社向け、MICE 関係者向けのニュースレターを、それぞれ月に 1 回発行(8 月発行時点データベース登録者数: 一般消費者 59,228 人、旅行会社 2,853 人、MICE 関係者 351 人)。コロナ禍においても日本の季節を感じて貰えるよう、日本の夏の魅力を発信するとともに、訪日旅行が再開した際にに向けて、新しいホテルのオープン情報や、各団体のコロナ対策の紹介を行った。



日本での食に関するコメントを募った Facebook 投稿



旅行会社向けニュースレター

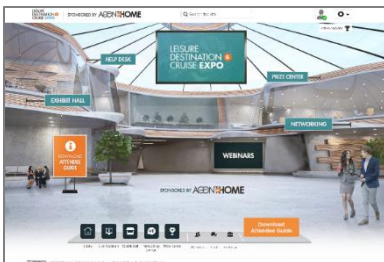
【米国】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日米国人数は、前年同月比 99.7%減の 400 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日米国人数は、前年同月比 99.4%減の 700 人であった。
- 7・8 月ともに 4 月からの日本政府による入国制限措置が継続している。また、日本政府は実施中の水際対策措置の実施期間を更新し、「当分の間」実施することを決定した。この決定により、引き続き米国を含む 159 の国と地域において、日本に入国する日の過去 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に入国することができず、8 月の実績値に大きく影響を及ぼした。

7-8 月の主なプロモーション活動

- ロサンゼルス事務所では、新型コロナウイルス感染症拡大前は航空会社、クルーズ会社、ホテルや日本の自治体等と協力しながら米国のエージェント向けの対面セミナーを数多く実施してきた。コロナ禍においては、対面でのセミナーが実施できなくなったことから、オンラインでの実施に早々に切り替え、自治体等と連携したウェビナーを積極的に実施している。7 月には日系旅行会社の商品造成担当者、販売スタッフ向けに 8 回、8 月には食、アウトドア、祭りなどのテーマを設け JTS (Japan Travel Specialist: 米国市場の JNTO 提供トレーニングプログラム登録トラベルエージェント) 向けに 5 回のウェビナーを実施した。総参加者数は約 500 名に上り、参加者からも高い満足度を得た。今後も積極的なウェビナーの開催を予定している。
- ニューヨーク事務所では、7 月 15 日～16 日にかけて開催されたバーチャル商談会「Leisure, Destination and Cruise Virtual EXPO」に日本航空と共同出展した。オンライン会場には各出展ブースの他、チャット形式での Networking 会場、出展者によるウェビナー会場等が設けられ、メインロビーとなる画面から簡単にアクセス可能となっていたため、JNTO ブースへの訪問者数や問い合わせ数も予想を上回る結果となった。これまでのラウンドテーブル形式の商談会と比較すると、商談件数の予測が困難であることや、日本からの参加に際しては時差の問題が発生するといった課題はあるものの、新型コロナウイルスの感染リスクに対する参加者の安心感や、ブース来場者のコンタクト情報が簡単かつ即座に入手可能といったメリットがあるなど、コロナ禍における広大な米国市場でのプロモーションにおいて、有用なプラットフォームの 1 つとなっている。



メインロビーの様子

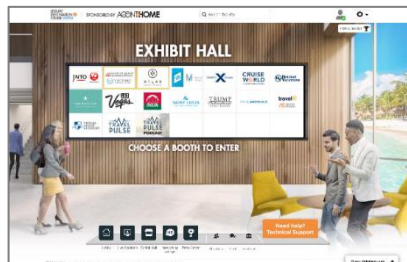


Exhibit Hall から出展者を選択しチャット形式で商談



JNTO/JAL 共同出展ブース

【カナダ】

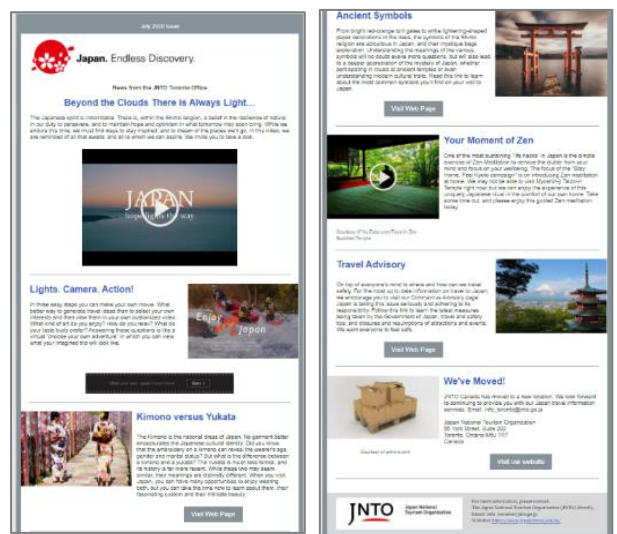
7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.9%増の 30 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日カナダ人数は、前年同月比 99.7%減の 80 人であった。
- 3 月 14 日以降、カナダ政府による外国への不要不急の渡航制限が実施されたこと、4 月 3 日以降、日本政府による外国人の日本入国に対する水際対策が強化されたため、事実上カナダからの日本入国が不可となった。

7-8 月の主なプロモーション活動

● 【ニュースレターを通じた情報発信】

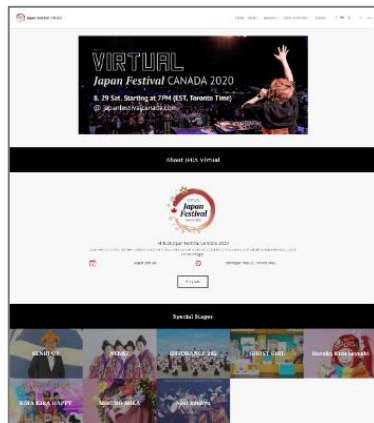
7 月にメディア(約 1000 名)、旅行業界・その他(約 8000 名)にニュースレターを配信した。ニュースレターでは、動画「Beyond the clouds there is always light」を紹介するとともに、ステイホームで楽しめるよう、Enjoy my Japan サイトのジャパントラベルムービー制作の紹介、日本文化紹介を中心とした内容の情報発信を行った。



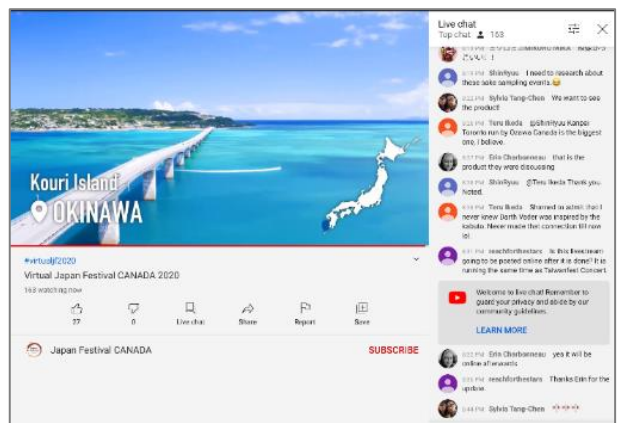
ニュースレター(7 月配信)

● 【バーチャル・ジャパン・フェスティバル・カナダを通じた情報発信】

ジャパン・フェスティバル・カナダは、毎年 8 月にトロントの隣のミシサガ市で開催され、2019 年は過去最高の約 92,000 人が来場した。しかし、2020 年は新型コロナウイルス感染拡大により、バーチャルでの開催となり、食、文化、ファッション、音楽などが映像を通じて配信された。トロント事務所では、ステイホームで少しでも日本を感じられる様、「Beyond the clouds there is always light」および 47 都道府県の動画を放映した。本イベントの様子は、You Tube で引き続き視聴可能。



ジャパン・フェスティバル
公式ウェブサイトの様子



動画放映時の様子

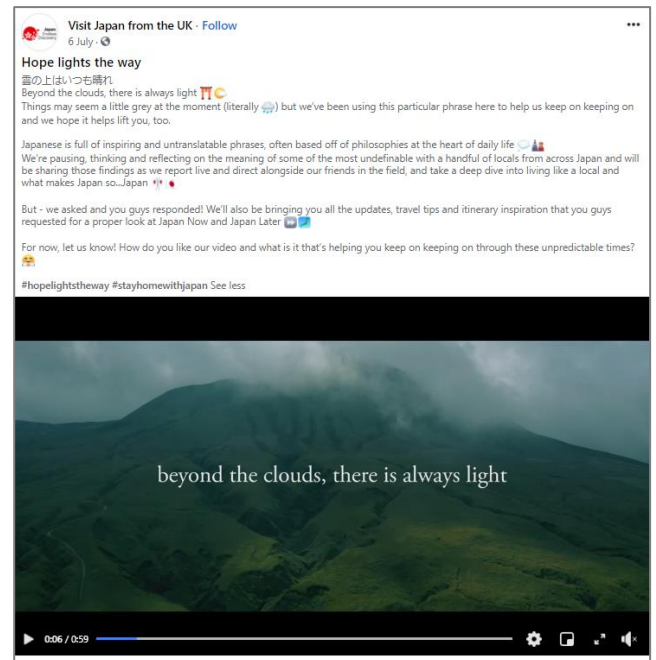
【英国】

7-8月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日英国人数は、前年同月比99.8%減の60人であった。
- 2020年8月の訪日英国人数は、前年同月比99.2%減の200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。他方、7月4日以降、英国政府は、日本を含む一定の国・地域を渡航自粛対象から除外している。日本への直行便は、8月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

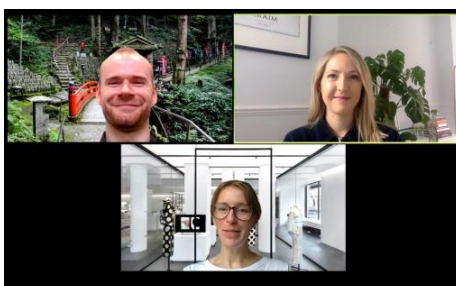
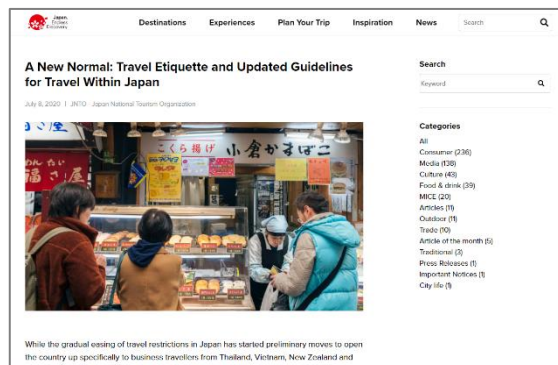
7-8月の主なプロモーション活動

- 7月には、新型コロナウイルス感染症が収束し世界に再び平穏が戻ってきた際は、また日本を訪れてください、との思いを込めてJNTOが制作したメッセージ動画「hope lights the way」をSNSなどで共有。また、オウンドメディアにて日本の安心安全に関する情報や、英国にゆかりのある在日インフルエンサー等への日本についてのインタビュー記事を配信し、将来の訪日への興味関心の継続的な喚起を行った。
- 8月26日にメディア向けオンラインイベントを実施。日本のコロナ禍における各業界の安心安全に対する取り組みの紹介などを中心に、ジャパンハウスとも連携し、日本へ渡航できない状況下でも楽しめるコンテンツや、アフターコロナの訪日旅行を想起させるような日本に関する情報発信をメディア向けに行った。



JNTO 作成動画「hope lights the way」を Facebook で配信

ウェブサイトでの情報発信例



オフラインイベントの様子

【フランス】

7-8 月の市場動向トピックス

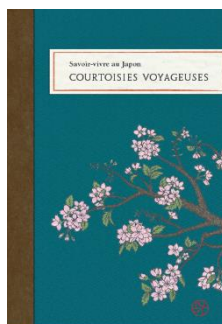
- 2020年7月の訪日フランス人数は、前年同月比99.8%減の80人であった。
- 2020年8月の訪日フランス人数は、前年同月比99.4%減の200人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 日本食を切り口に旅行先としての日本の認知・興味喚起を促すコンテンツ制作を行った。日本食に関する10のテーマと地域をピックアップし各地の観光地の紹介、アクセス方法や観光情報も掲載した内容となっており、7月6日にJNTOフランス語ウェブサイト内に公開するとともに、JNTOパリ事務所公式SNS(Facebook、Instagram)で純広告を実施した。パンフレットも9月中旬に製版され、フランス国内の各関係機関に配布予定である。同時に日本の習慣やマナーに関するパンフレットも制作中で、今後純広告実施及びJNTOフランス語サイト内に公開予定である。



日本食 パンフレット



日本の習慣・マナー パンフレット

- パリ事務所が後援し、2020年6月27日～2020年9月27日まで南仏ラヴァルダンス城で開催されている Fragments du Japon 日本選展に観光情報ブースを設置した。展覧会では、だんじり祭りの飾り物を作る職人の彫り物といった伝統工芸から現代アート、芸術作品から達磨や着物といった日用品まで幅広い作品が集められ、展示と販売がされている。1か月で入場者が3000人を超え、連日入場者数が増加している。日本の観光情報ブースでは、パンフレット等はサンプルのみ配置し、希望者には運営側が新しいものをエコバッグに入れて渡すなどの感染症対策を行った。パリ市内と比較すると新型コロナウイルス感染症に関してそれほど敏感ではなく、日本酒や着物を試着するなど抵抗なく体験していた。



ラヴァルダンス城 Fragments du Japon 日本選展の様子

【ドイツ】

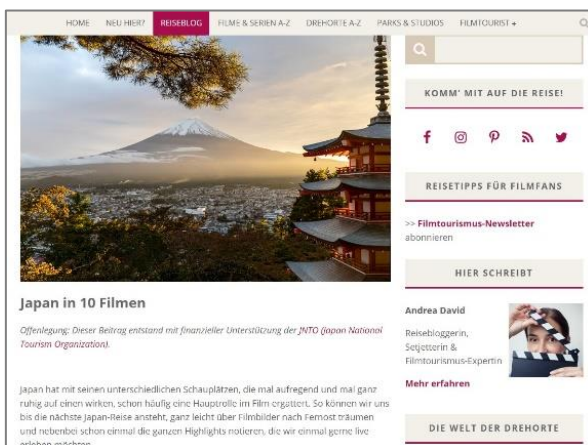
7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 99.7%減の 50 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日ドイツ人数は、前年同月比 99.4%減の 100 人であった。
- 新型コロナウイルス感染拡大防止のため、日本政府がドイツ人の入国を 8 月末まで原則禁止したこと、及びドイツ政府が日本への渡航に対する警告を解除していないことから、観光客や商用客は訪日できず、極めて少数の例外的な入国に限られた。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 映画のロケ地訪問をテーマに旅をするインフルエンサーとのコラボで、日本で撮影された 10 映画をブログと Facebook で紹介。「君の名は」のモデルと言われる長野県諏訪湖、「ウルヴァリン: SAMURAI」のロケ地となった長崎などを取り上げ、映画を通じて日本各地の観光情報を発信した。 <https://www.filmtourismus.de/japan-drehorte-filme/>

映画ロケ地 10 カ所をブログおよび Facebook で紹介



- 2019 年 12 月～2020 年 8 月の間、旅行会社販売員向け E ラーニングプラットフォーム「FTI Academy」において、訪日旅行に関する学習コースを設置。期間中、合計 1,731 人の旅行会社販売員が、日本の地理・気候・JR パスの使い方・温泉旅館体験・日本各地の観光情報等について学んだ。最終テストの正解率が 75%以上の受講者 1,316 人に対し、修了書を発行した。

E ラーニング訪日旅行コース



合格者への修了証



【イタリア】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 99.9%減の 10 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日イタリア人数は、前年同月比 99.8%減の 50 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっている。7 月 1 日以降、イタリア政府が日本を含む 14 か国からの入国者の受け入れを再開しているが、日本からの入国者に対する 14 日間の自主的隔離及び健康観察が義務付けられており、日本への直行便は 9 月も引き続き運休となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- ✳ 7 月 28 日にツアーオペレーターの NAAR 主催の旅行会社向けウェビナーにおいて、訪日情報を紹介するプレゼンテーション等を実施した。
- ✳ 4 月に開設した Instagram アカウント@visitjapan_it は 2 日に 1 回の頻度で投稿しており、ストーリーズを含めた広告配信の効果もあり、8 月末時点でフォロワー数は 10,000 人を突破した。

7-8 月に特に好評だった投稿は、かき氷と三井寺が挙げられ、それぞれ 1,760 件、1,755 件のインタラクション(「いいね」、コメント、投稿のシェア、投稿の保存、リンクのクリック件数の合計)を獲得した。人気だった要因として、かき氷はイタリアのグラニータを想起させて日本を身近に感じられたこと、三井寺は写真が魅力的であったことに等があると分析している。



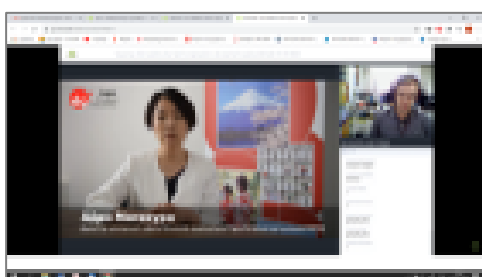
【ロシア】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 99.9%減の 10 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日ロシア人数は、前年同月比 99.3%減の 60 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、4 月 3 日以降、日本における検疫強化、査証の無効化等の対象となったこと等もあり、訪日者数は前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 7 月 21 日、ロシア旅行業連盟 (RUTI) と連携した訪日旅行促進事業としてウェビナーの第 1 回目 (全 3 回) を実施した。JNTO 側からは、「日本の秋」の魅力について発信し、ロシア旅行業連盟側から、報道官により、昨年の日本訪問の印象についてスピーチがあり、全体で約 90 分のウェビナーとなった。同連盟のネットワークを活用したことにより、オンライン視聴者数の参加者は 225 名であった。
- ロシア極東地域の旅行会社からの強い要望により、7 月 21 日に極東及びシベリアの旅行会社向けに、「沖縄」をテーマとしたウェビナーを実施した。JNTO から全体の進行や日本の最新状況を説明し、日本のランドオペレーターの販売員が旅行会社に向けた沖縄観光資源をプレゼンテーションし、販売の特徴及びその他の沖縄情報について知識を深めた。沖縄県は那覇から生中継で挨拶し、慶良間諸島の生の動画を見せたのが好評だった。2020 年からウラジオストク⇄成田便を新規就航した JAL、ANA 社は沖縄の特別運賃と乗り継ぎの利便性を説明し、S7 航空は、ウラジオストク⇄羽田便の強みを示したプレゼンテーションを行った。在ウラジオストク総領事館は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で無効となった訪日ビザに関する説明を行った。ロシア側の参加者数は 21 社で、ウラジオストク、ハバロフスク、ユジノサハリンスク、ペトロパブロフスク・カムチャツキーと広範囲で参加者を集める事ができ、合計 42 名の参加があった。
- 8 月 22 日および 30 日、日本在住ロシア人ガイドを起用し、ロシア大手航空券検索サイト Aviasales のインスタグラムライブを実施。初心者向けの内容とし、京都および奈良からの中継を実施した。人込みを避けたコンテンツを中心に、60 分のライブ実施後、15 分のダイジェスト版をアーカイブとして掲載。第 1 回目の京都編ダイジェスト版は掲載後 4 日間で 12,000 回の視聴回数を突破した。
- 8 月 27 日、ウラジオストクの旅行会社と意見交換会を実施した。ロシアはロックダウンに入ってから 6ヶ月振りのオフラインミーティングとなった。旅行会社 15 社 (22 名)、メディア等 3 名、計 25 名が参加。意見交換会の際に現地の旅行会社の現状、他のデスティネーション販売、および顧客の訪日旅行の関心度を伺った。



モスクワ事務所本蔵による RUTI との連携についてのスピーチ



沖縄観光魅力のプレゼンテーションの様子 (極東のウェビナー)

【スペイン】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 99.8%減の 30 人であった。
- 2020 年 8 月の訪日スペイン人数は、前年同月比 99.8%減の 50 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、3 月 21 日以降、日本政府による入国拒否、検疫強化等の対策が継続している。スペインでは 6 月 21 日に「警戒状態」が解除されたものの、引き続き新型コロナウイルス感染者が日々出ており、外出控え等が見られている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- ＊ 7 月 3 日、10 日、17 日、24 日、国際交流基金マドリッド事務所主催のイベント「Club de Lectura（読書クラブ）7 月」においてコラボレーションを実施。日本の小説（7 月は三島由紀夫作品）に出てくる地名に由来する観光情報の提供を行い、参加者の訪日旅行需要喚起を図った。
- ＊ 7 月 22 日、自身の訪日旅行体験を記した著書”El Viaje”の著者でありイラストレーターの Agustina Guerrero 氏に訪日旅行のおすすめ等についてインタビューを実施した。インタビュー内容は JNTO スペイン語サイトにて公開中。
<https://www.turismo-japon.es/experiencias-viajeros/?p=7811>
- ＊ 7 月 27 日、JNTO マドリッド事務所はスペインの Lumen 出版社と連携し、同社出版の”El Viaje”の著者である Agustina Guerrero 氏と同氏の友人で訪日旅行に同行した Loly Ghirardi 氏に JNTO マドリッド事務所の公式 Instagram のライブチャットにて、日本のお勧めの訪問先やアクティビティの紹介、質疑応答を行った。参加者の中から抽選で 5 名に”El Viaje”をプレゼントする企画も実施し、チャットは盛況に終わった。
- ＊ 8 月 26 日から 31 日、日本の文学作品のスペイン語版を専門に出版する Quaterni 出版社と連携し、JNTO のスペイン語公式 Facebook、Instagram 上で、ユーザー 2 人をタグ付けし「日本で一番行きたい場所」をコメントした方から抽選で日本の小説のスペイン語版が当選する懸賞キャンペーンを実施。
- ＊ 8 月 26 日、”Travel Wish List”を公式サイトへ掲載。日本で行きたい場所、やりたいことをリストアップできる様式となっており、<https://www.japan.travel/es/es/news/lista-de-deseos-de-tu-viaje-a-japon/> からダウンロード可能。



国際交流基金マドリッド事務所主催の読書クラブイベント告知



Agustina Guerrero 氏と著書”El Viaje”



Quaterni 出版との懸賞キャンペーン告知



Travel Wish List

【中東】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020 年 7 月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比 99.6%減の 30 人であった。
- 2020 年 8 月の中東地域からの訪日人数は、前年同月比 98.9%減の 70 人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、中東地域各国も順次、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、アラブ首長国連邦及びトルコを除く中東地域各国で国外へ渡航が引き続き規制されている。
- 国外への渡航規制がないアラブ首長国連邦及びトルコも含め中東地域各国で自主隔離の推奨、PCR 検査受診の義務付け等、入国後の行動制限が設けられている。日本への直行便は、大幅な運休・減便となっていることから、訪日者数は 7 月、8 月ともに前年同月を大幅に下回った。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 【GCC】7 月より現地関係者向けのニュースレターの発行を再開した(配信数:7 月 1,974 名、8 月 1,808 名)。現地におけるニュース性とアフターコロナの志向を考慮して、年間を通して、自然景観、伝統、グルメ、体験、キャラクター、ショッピングの 6 つのカテゴリより、隔月 2-3 のトピックスを都道府県のバランスも踏まえて配信する予定。7 月は宇宙工学関係で注目が集まる種子島宇宙センター、8 月はしまなみ街道のクリック率が高かった。
- 【GCC】7 月末に日本への直行便を持つエティハド航空職員を対象にウェビナーを実施し、日本についての基本的な情報や、一般的にゴールデンルート以外の日本についての知識が乏しい中東地域に向けて、各地域の特色や体験コンテンツを紹介した。質疑においては桜や紅葉の時期の予約方法、チップについての質問等が挙がり、対応した。



(左)アラビア語ニュースレター (右)ウェビナー画面

- 【トルコ・イスラエル】7 月末に、トルコ及びイスラエルにおいて、JNTO として初めて各国を担当するレップを設置し、プレスリリースを実施。8 月からはニュースレターを配信した(配信数:トルコ 749 通、イスラエル 418 通)。コロナウイルス感染症の拡大により旅行業界の全体の活動が縮小傾向の中、日本のニュースは好意的に受け止められ、多くのメディアにおいて取り上げられた。



(左)JNTO のレップ設置を取り上げたトルコ語メディア (右)ヘブライ語のニュースレター

【メキシコ】

7-8 月の市場動向トピックス

- 2020年7月の訪日メキシコ人数は、前年同月比100%減の10人未満であった。
- 2020年8月の訪日メキシコ人数は、前年同月比100%減の10人未満であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっており、3月末以降、メキシコ政府による衛生緊急事態宣言に伴う外出自粛等が実施されている。日本への直行便は、引き続き大幅な運休・減便となっている。

7-8 月の主なプロモーション活動

- 7-8月に現地のレップ(Representative: JNTOに代わり、現地での訪日旅行のPR等を行う代理店)を通じて、旅行会社/エアライン等へのセールスコール等を行った他、下半期以降には消費者動向調査、旅行会社/メディアに向けたニュースレター配信や、旅行会社向けオンラインセミナーの実施を予定している。
- (現地の新型コロナウイルス感染状況および、経済活動状況)
8月末時点で新型コロナウイルスの感染者は60万人に迫り(死者数:6万人超)、依然高止まりの状態が続いている。
また、現地における経済活動の状況については、各州の感染状況に応じてメキシコ政府が「赤」「橙」「黄」「緑」に色分けをしており、それぞれの色に応じた活動規制が行われている。(州別の措置については以下参照)
<https://www.mx.emb-japan.go.jp/files/100095020.pdf>

メキシコと日本を結ぶ直行便の運航状況は以下の通り。

- ・全日空 : 5便/週(2019年冬ダイヤ:7便/週、10月1日まで)
- ・アエロメヒコ: 運休(2019年冬ダイヤ:7便/週、9月末まで)

業種・活動例	信号情報「赤色」	信号情報「橙色」	信号情報「黄色」	信号情報「緑色」
ホテル	収容人員の25% (共用区画は使用せず。また、必要不可欠の活動にのみ供する)	収容人員の50%	収容人員の75%	特設の制約なし (基礎的な衛生防疫措置は講じる)
レストラン・カフェテリア	店頭販売、宅配サービスのみ	収容人員の50%	収容人員の75%	
理容室・美容室	自宅訪問サービスのみ (訪問者の衛生防疫措置を講じる)	収容人員の50% (事前予約のみ対応)	収容人員の75%	
公園・オープンエアの公共空間	収容人員の25%	収容人員の50%	収容人員の75%	
市場・スーパーマーケット	収容人員の50% (1家族当たり1人のみ入場)	収容人員の75% (1家族当たり1人のみ入場)	収容人員の100% (1家族当たり1人のみ入場)	
ジム、プール、スポーツセンター、マッサージールーム	再開しない	収容人員の50% (事前予約のみ対応)	収容人員の75%	
映画館、博物館、文化行事 (500席まで)	再開しない	収容人員の25%	収容人員の50%	
ショッピングセンター	再開しない	収容人員の25%	収容人員の50%	
宗教施設 (教会、寺院、シナゴグ、モスク他)	再開しない	収容人員の25%	収容人員の50%	
大規模行事、レクリエーション施設、遊園地、海水浴場、見本市	再開しない	再開しない	収容人員の50%	
夜間遊興場、バー、イベント施設	再開しない	再開しない	収容人員の50%	
スポーツ試合	観客なし	観客なし	収容人員の50%	

(「信号情報 色別の活動再開例」 出典: [在メキシコ日本国大使館ホームページ](#)より)