

市場動向トピックス

この「市場動向トピックス」は、訪日インバウンドに関する世界の主要市場について、各市場からの訪日外客数や当該市場における JNTO の主な活動を紹介するものです。

JNTO では、インバウンドの本格的な回復を図るため、日本が旅行先として選ばれるよう、SNS やウェブサイト、広告・広報を活用した積極的な情報発信、航空会社・旅行会社との共同広告や商談会の開催・参加等を行っています。

2023 年 8 月

日本政府観光局 (JNTO)

【韓国】

5-6月の市場動向トピックス

- 2023年5月の訪日韓国人数は、対2019年同月比14.5%減の515,700人であった。
- 2023年6月の訪日韓国人数は、対2019年同月比10.9%減545,100人であった。
- 仁川＝中部間の増便、仁川＝北九州の復便などもあり、日本への直行便数は前年同月に比べ回復傾向にある。

5-6月の主なプロモーション活動

✿ 航空会社との共同広告を実施

航空路線の維持、新規就航や復便の活性化、さらに訪日旅行商品の販売拡大を目的として、航空会社との共同広告を実施した。韓国内で主要なSNSであるKakaoTalkや、ポータルサイトのNaverを媒体として活用し、オンラインバナーにより航空会社のサイトに誘引した。地方誘客を意識し、北海道や九州行の路線を採用した。

<チェジュ航空>

韓国人の人気旅行先である九州の大分路線(仁川＝大分路線)をチェジュ航空が6月22日から週3便で新規就航。3万ウォン(約3,360円)を割引いたキャンペーン料金を航空券を販売した。

媒体:Naver Rolling Board
(オンラインバナー)

期間:6月5日から11日



Naver Rolling Board のオンラインバナー

<広告訳>

「新たな九州への旅！大分へ」
～最大3万ウォン割引～
6月22日新規就航
仁川大分 11万2,800ウォン
(約12,640円)～

<エア부산>

夏の旅行先としても人気のある北海道(仁川＝札幌路線)を、エア부산が6月23日から週7便で新規就航した。就航日にちなみ、先着623人には3万ウォン(約3,360円)を割引いた料金を航空券を販売した。

媒体:Kakao Moment、Instagram
(オンラインバナー)

期間:6月23日から30日



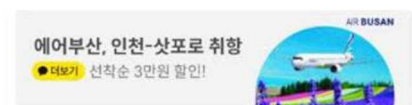
Instagram のオンラインバナー

<広告訳>

白い雪が解け、紫の香り立つ
「エア부산、札幌へ毎日運航」
～先着で3万ウォン(約3,360円)割引～

※6月23日時点

100ウォン＝11.21円換算



Kakao Moment のオンラインバナー

【中国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 82.2%減の 134,400 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日中国人数は、対 2019 年同月比 76.3%減の 208,500 人であった。
- 日本行きの海外旅行制限措置があるものの、日本と中国双方の水際規制緩和の影響等もあり、訪日外客数は増加している。上海＝成田間の増便、広州＝成田間の増便、深圳＝羽田間の新規就航などもあり、日本への直行便数は前年同月に比べ回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 旅行目的地としての日本に対する認知・興味を向上させることを目的に、中国市場公式微信(WeChat)等で情報発信を継続的に実施している。5 月は中国でも話題になった日本のアニメ映画に登場する地域の紹介等を通して、日本各地の情報を配信した。6 月は水族館や花火大会、秘境の島等、日本各地の夏の魅力を紹介した。



《铃芽之旅》的故事舞台，究竟在日本哪些地方？



这些绚丽的花火大会又回来了！！

5 月配信記事の例

(アニメ映画に登場した地域を紹介する記事)

6 月配信記事の例

(各地の花火大会紹介する記事)

- 6 月 16 日から 18 日にかけて 2023 北京交際旅游博覧会(BITE)にて VJ ブースを出展した。賛助・会員団体より集めた全国のパンフレット配布、スノーアクティビティの情報発信、万博含む観光 PR 動画の放映、ステージでの PR プレゼン等を通して、日本各地の魅力を訴求した。VJ ブースの参観者数は約 26,000 人に上った。また、中国最大級の SNS プラットフォームと KOL を活用して訪日の魅力を訴求するライブ配信を行い約 30 万人が視聴した。



VJ ブース全体



KOL によるスノー体験の紹介



ブース内写真撮影スペース

【台湾】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 28.9%減の 303,300 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日台湾人数は、対 2019 年同月比 15.6%減の 389,000 人であった。
- 台湾において、出境規制等があるものの、日本と台湾双方の水際措置緩和の影響等もあり、訪日台湾人数は増加傾向にある。台北＝旭川間の復便、台北＝岡山間の増便などもあり、日本への直行便数は前年同月に比べ回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 台北及び高雄で開催された一般消費者向け旅行博への出展

5 月 26 日から 29 日にかけて開催された台北国際観光博覧会(TTE)、及び 6 月 2 日から 5 日で開催された高雄市旅行公会国際旅展(KTF)に VJ ブースを出展した。4 日間の来場者数は、TTE と KTF とともに約 30 万人、VJ ブースの来訪者はそれぞれ約 8 万人と、昨年 비해増加※しており、COVID-19 前の 2019 年の来場者数と同様であった。VJ ブースでは、日本各地のデジタルパンフレットを配布し観光情報の発信を行ったほか、ステージでよさこいを披露、観光地にまつわるクイズを出すなど、参加型のコンテンツを用意した。

※昨年の来場者数は、TTE が約 18 万人、KTF が約 8 万人。VJ ブースの来訪者数は、TTE は約 6 万人、KTF は約 4 万人。



デジタルパンフレットのコーナー



VJ ステージの様子



一緒によさこいを踊る来場者の姿



アンケート回答者を対象に抽選会を実施

【香港】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日香港人数は、対 2019 年同月比 18.3%減の 154,400 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日香港人数は、対 2019 年同月比 10.9%減の 186,300 人であった。
- 日本への直行便数は回復傾向にあり、訪日香港人数も回復しつつある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 【SNS でのプレゼントキャンペーン】 6 月 27 日から 7 月 10 日にかけて、香港市場公式 Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanhk>)にて、プレゼントキャンペーンを実施した。香港では日本へ旅行に行くことを「返郷下(里帰りする)」と表現することから、キャンペーンのキャッチコピーに「ただいま！お帰り！」を用い、これまでの訪日旅行時に撮影した 1 枚の写真とともに日本に行きたい気持ちをコメントしてもらおうといった内容で、応募者は 107 名、JNTO による厳選な審査の結果、最も優秀なコメントの投稿者には日本製の高性能インスタントカメラをプレゼントした。応募写真のうち、桜の写真が 10 件と最も多く、他にもあじさいや雪といった自然景観の写真が多かった。次いで、鹿や猫などの動物関連やテーマパークを含むキャラクター関連の投稿、「着物を着て散策しました！」、「日本でしか食べられない鮮度抜群な海鮮料理が最高！」等の文化体験や食に関する写真やコメントが見られた。中には、昨年 10 月の個人旅行再開後に日本を旅行した際の写真投稿もあり、COVID-19 終息後もすでに多くの香港人が訪日旅行を楽しんでいることをうかがい知ることができた。
- 【SNS での情報発信】 香港市場公式 Facebook において、学生の夏休みが 7 月中旬から始まることを見据え、その時期の訪日需要喚起を念頭に情報発信を行った。6 月の投稿では、溪流・滝といった水にまつわる写真に対する反応が良く、全 15 投稿の中で水にまつわる 4 つの投稿(青森県、千葉県、熊本県、長野県)全てがエンゲージメント数※の上位 7 位に入った。2023 年 6 月の香港は平均最高気温が 30 度を超え、日本の 25 度と比較しても暑いことから「涼」を感じさせる水にまつわる投稿への反応が良かったと考えられる。

※エンゲージメント数: 投稿に対する Like やコメント等のユーザーのリアクションの数



SNS でのプレゼントキャンペーン



SNS での情報発信

【タイ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 25.2%減の 80,700 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 18.6%減の 51,300 人であった。
- 日本の水際規制緩和、航空座席供給数の増加等の影響もあり、訪日タイ人数は回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

● SNS・ウェブサイトでの情報発信（継続）

タイ人の訪日旅行促進をすることを目的として継続的にタイ語にて情報発信を行ってきたタイ市場公式 Facebook（<https://www.facebook.com/visitjapanth/>）、タイ市場公式ウェブサイト（<https://www.japan.travel/th/destinations/>）等では、「自然」「花」等の定番要素に加えて日本の地方の魅力や夏の時期にこそ楽しめるコンテンツを紹介した。また、Facebook 上での第 15 回 FIT フェア（10 月 6 日から 8 日にバンコクで開催予定の JNTO 主催の旅行博）の告知に対しては、542 件のいいね（通常 290 件程度）があり、FIT フェアへの期待の高さがうかがえた。



■サンライズ糸山（下）
地方のコンテンツとして、レンタサイクルで楽しめるしまなみ海道のサイクルルートを Facebook で紹介。

いいね 1,381、コメント 16 件、
シェア 38 件獲得。
投稿日：5 月 28 日



■夏に家族で楽しめるキャンプ場（上）

夏の時期に楽しめるコンテンツとして、キャンプやグランピングと共にフルーツ狩りやアスレチックなど親子で楽しめる「はままつフルーツパーク時之栖」をニュースレターで紹介。

配信日：6 月 22 日
配信先：約 2,500 件

■第 15 回 FIT フェア告知（上） 10 月にバンコク事務所主催で開催する旅行博を Facebook で告知。

いいね 542、コメント 89 件、
シェア 252 件獲得。
投稿日：5 月 24 日

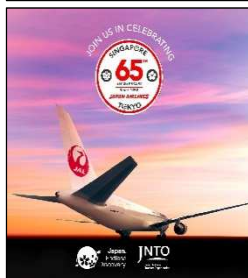
【シンガポール】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 32%増の 49,700 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日シンガポール人数は、対 2019 年同月比 15.5%増の 54,600 人であった。
- シンガポール入国時は入国 3 日前以降の医療申告電子フォームの提出が引き続き必要であるが、スクールホリデーによる訪日需要の高まりに加え、円安や増便の影響もあり、訪日者数は両月とも COVID-19 前を上回った。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月下旬から 6 月下旬までのスクールホリデーおよび夏季における訪日促進を狙い、楽天トラベル及び日本航空の各社と連携し、訪日旅行商品及び訪日航空券の販売促進を目的とした共同広告を実施した。いずれの連携先からも販売状況は総じて好調であった旨のフィードバックを受けている。
- 生涯リピーターの育成及び地方誘客を目指す観点から、自治体・DMO・運輸機関・空港等と連携し、ライフステージ別の「特別な機会での訪日」に着目したキャンペーン実施を計画している。第 1 弾として「大切な人の誕生日」をテーマに、一般消費者のモニターとして実際に訪日していただき、その様子をウェブサイト等で情報発信することを予定おり、北海道コースと広島・山陰コースの 2 コースへのモニター募集を行った。募集案内のプレスリリースは現地メディア 24 媒体に取り上げられ、両コース合わせて 300 組以上の応募があった。今後は 7 月以降にモニターを決定し訪日に向けた調整を進めていく。
- 6 月 18 日に旅行会社 Blue Sky Escapes と共催で、富裕層をターゲットとした BtoC 向けの小規模イベントを開催した。48 名が参加し、参加者は日本茶や日本酒の試飲等を体験しながら、新潟、福井、岡山、広島、佐賀等におけるまだシンガポールであまり知られていないコンテンツを中心に、具体的な旅程案とともに情報提供を受けた。参加者へのアンケートによると、回答者の全員がイベント参加後日本に行きたくなったと回答し、回答者の 53%が通常日本には 1 週間以上滞在すること、回答者の 47%が航空券を除く 1 人あたりの日本での消費金額は 8,000 シンガポールドル以上(約 85 万円以上、6 月 28 日時点レート 1 シンガポールドル≒106.45 円)であると回答した。参加者からはこれまで何度も日本を訪れているので、「まだ経験したことのない新しいユニークな体験を求めている」という声が聞かれた。



共同広告の例



モニター募集に関する現地メディア報道例



富裕層向けイベントの様子

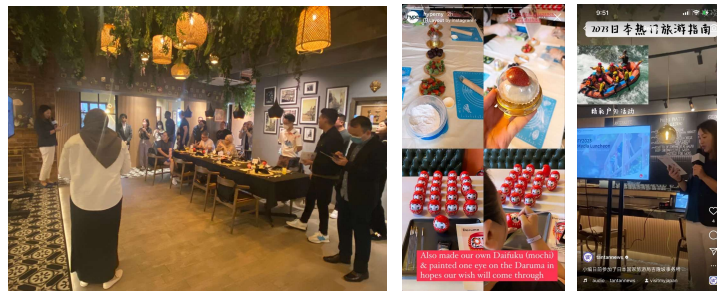
【マレーシア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 20.2%減の 34,000 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日マレーシア人数は、対 2019 年同月比 27.9%減の 22,000 人であった。
- 日本の水際規制緩和、5 月のスクールホリデーのほか、クアラルンプール＝関西間の増便およびクアラルンプール＝新千歳線(台湾経由)の新規就航により、訪日マレーシア人は回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 21 日にクアラルンプール市内のレストランを会場として現地有カメディアとのネットワーキングイベントを開催し、16 メディアが出席した。クアラルンプール事務所より、マレーシア市場におけるプロモーション活動の紹介や訪日旅行の最新情報、旅行の閑散期にあたる夏の日本の過ごし方や旬の食材など日本観光の魅力を紹介し、1 年を通して楽しめる旅行先であることを訴求した。また、コミュニケーションのフックとして会場にてたたき染めや大福作り等日本文化を体験できるワークショップを実施し、イベントの様子は複数メディアの SNS を通じて発信された。

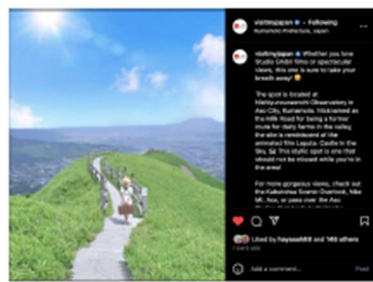


会場の様子(左) 参加メディアによる SNS 発信の様子(中、右)

- マレーシア市場公式 Facebook と Instagram を通じて地方誘客を念頭に豊かな自然、食の魅力など、マレーシア人の趣味趣向を考慮し継続的な訪日情報の発信を行った。5 月から 6 月に人気のある投稿の特徴として、Facebook においては食、自然に関する投稿への反応が良く、中でも季節の花のスポット紹介の投稿は最もシェア数が多かった。Instagram の人気のコンテンツは Facebook と似ているものの、特に「インスタ映え」するようなユニークな画像構成と、豆知識のようなローカル情報をキャプションに含んだ投稿が人気だった。Facebook と Instagram に共通した傾向としては、明るく鮮明な色使いの写真が好まれる傾向にある。



(左)6 月 20 日 Facebook 投稿
国営ひたち海浜公園・茨城県



(右)5 月 30 日 Instagram 投稿
西湯浦園地展望所・熊本県

【インドネシア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 3.3%増の 31,100 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日インドネシア人数は、対 2019 年同月比 20.3%減の 39,300 人であった。
- 4 月後半の断食明け休暇と桜シーズンというピークを過ぎ、訪日客数はやや減少した。6 月 9 日より、自国民の日本からの入国について、ワクチン接種証明書等の提示が不要になった。また、日本への直行便数は前年同月に比べ回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 19 日及び 21 日に、首都ジャカルタ、そして「第 2 の都市」スラバヤで開催された BtoB 向け商談会「INDONESIA TRAVEL EXPO 2023」に参加した。インドネシア旅行業界団体が主催するこの商談会は、インドネシアの観光業界におけるネットワーキング構築や新たな観光地情報等を発信する機会とされており、JNTO デスクには約 130 団体以上(ジャカルタ:約 60、スラバヤ:約 70)が訪れた。ジャカルタの旅行会社からは、インセンティブ旅行に対する支援メニューやインセンティブ旅行・大家族旅行による団体旅行の受け入れ態勢についての質問が大半を占めた一方で、富裕層を顧客にもつ旅行会社が比較的多いスラバヤにおいては、「日本」からイメージされる有名コンテンツよりも、未だインドネシア市場では着目されていない特別感のある場所・内容を求める傾向があり、地域による旅行会社の特色や関心事の違いが見受けられた。
- 6 月 23 日から 30 日にかけて、インドネシア市場公式 Instagram で「日本で夏を過ごすなら海派か山派か？」の意見募集を通じた夏の訪日旅行の魅力を訴求する一般消費者向けキャンペーンを実施した。日本の複数地方における様々な山と海の観光地魅力を伝える画像を合わせたことで、参加しやすいキャンペーンになったと考えられ、288 件(海派:146 件、山派:142 件)の有効回答があった。参加者からは、日本の漫画に登場する海辺でのスイカ割りや花火鑑賞を連想するといった声や、キャンペーン投稿内で紹介した長野県の本曾駒ヶ岳や大分県の真玉海岸などへの訪問希望等、日本の夏を楽しみたいという様々なコメントが寄せられた。



JNTO デスクでの商談の様子(ジャカルタ)



商談会場全体の様子(スラバヤ)



インスタグラムキャンペーン投稿

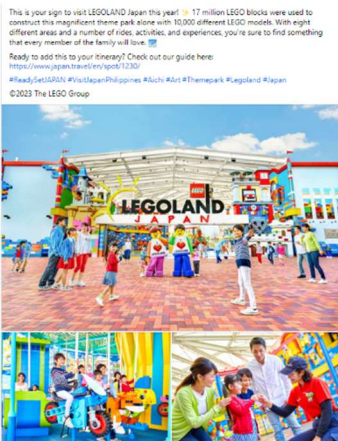
【フィリピン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 16.2%減の 49,900 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日フィリピン人数は、対 2019 年同月比 15.7%増の 54,200 人であった。
- 自国民の日本からの入国については、ワクチン証明書の提示等が必要となる。日本の水際規制緩和、セブ・クラーク発の航空便や、マニラ＝関西便増便等の影響もあり、訪日フィリピン人数は回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- フィリピン市場公式 Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapan.ph/>) 及び Instagram (<https://www.instagram.com/visitjapanph/>) を通じた、継続的な情報発信を実施している。Facebook は週 3 回程度投稿し、特にテーマパークやカラフルな花畑などへの反応が良く、Instagram は週 4 回程度投稿し、日本の自然と伝統が融合したような美しい画像の人气が高かった。
- 毎月 1 回旅行会社等向けニュースレターを発行し、継続的な訪日旅行の季節別の情報提供に努めている。5 月は既に桜以外の春の花(藤の花、ネモフィラ等)の魅力、6 月は夏の札幌の見どころ・奈良の街歩きなどを特集した。本ニュースレターは、毎月約 600 件宛発信している。
- 6 月 30 日から 7 月 2 日にかけて、マニラで開催された BtoC 旅行博「Travel Madness Expo 2023」(主催団体: Travel Innovators) に VJ ブースを出展した。リアル開催はコロナ禍以降初となり、今回は 4 団体(富山県、沖縄県シンガポール事務所、西日本旅客鉄道株式会社、一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所)を共同出展者に迎え、VJ ブースには 3 日間で約 1 万 8,000 人が訪れた。VJ ブースのインフォメーションカウンターでは、東京・大阪に加え、北海道や中部地方、九州など、既に訪日を決めている人からの具体的な訪問先やアクティビティなどに関する質問が寄せられた。



Facebook 人気投稿

(5 月 31 日)

リーチ数 15 万 372

エンゲージメント数 6,654

愛知県名古屋市



Instagram 人気投稿

(6 月 22 日)

リーチ数 5 万 673

エンゲージメント数 8,037

大分県杵築市

@ichijikupai



Travel Madness Expo の VJ ブース内
プレゼンステージに集まる来場者

【ベトナム】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 14.8%増の 45,800 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日ベトナム人数は、対 2019 年同月比 9.8%増の 38,900 人であった。
- ハノイ＝羽田間、ホーチミン＝関西間、またダナン＝成田間の各線の増便などもあり、日本への直行便数は前年同月を上回ってきている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 日越外交関係樹立 50 周年を記念して、5 月 4 日から 9 日に、日越友好議員連盟訪問団がタインホア省を訪れ、現地関係者と「グリーン成長戦略に向けた協力と持続可能な開発促進」をテーマに講演や意見交換を行った。JNTO は、同訪問団の来越と日越外交関係樹立 50 周年を機会に開催された「ベトナムと日本をつなぐタインホア会議 2023」において「日本の持続可能な観光開発及びベトナムへの提案」をテーマに日本の観光政策を紹介し、出席したベトナム政府関係者や民間企業に対して観光開発や情報発信に関する提案をした。
- ベトナム市場公式 Facebook (<https://www.facebook.com/camnhannhatban/>) 及び Instagram (https://www.instagram.com/visitjapan_vn/) では、訪日意欲を高めるための情報発信を継続的に実施している。新緑と花の季節を迎えた 5 月および 6 月においては、寺社仏閣や富士山など日本らしいコンテンツに、花(芝桜・藤・ネモフィラ・紫陽花)や緑(茶畑・竹林・苔)等を組み合わせた色鮮やかな写真を掲載した。特に、地方への誘客を促進するため、フラワーパーク浦島(香川県三豊市)のマーガレット畑や、天王川公園(愛知県津島市)の藤棚等を紹介し、特に大和葛城山(大阪府・奈良県)のつつじの投稿には 5,500 件以上のいいねが寄せられた。



SNS への投稿例(左:フラワーパーク浦島、右:大和葛城山)

【インド】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 9.6%減の 18,000 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日インド人数は、対 2019 年同月比 7.5%減の 14,200 人であった。
- 例年の傾向と同様、訪日トップシーズン(3 月から 5 月)が終わったことから、訪日客数は 6 月比で更なる減少が見込まれる。一方、日本の水際対策廃止やデリー事務所のプロモーション活動等により、訪日意欲が高まった状態が続いたと考えられ、対 2019 年同月比の減少幅は改善しつつある。

5-6 月の主なプロモーション活動

● 和食イベント「Washoku Conclave」への参加

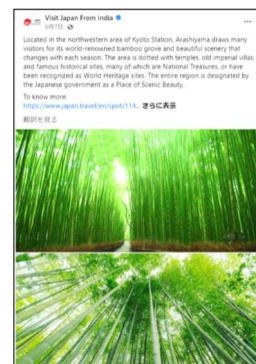
本イベントは 6 月 18 日、デリー市内にある Taj Mahal New Delhi (ホテル)にて在インド日本大使館の主催で開催され、インド観光省、日本の観光庁、農林水産省、JNTO、日本貿易振興機構(JETRO)が共催者となりイベントを盛り上げた。JNTO としては今年度が「日印観光交流年」であることを受け、日本の魅力を発信するためのブース出展という形で参加し、パンフレットの配布を通じて参加したインド人に対して日本の魅力を直接アピールした。VJ ブースには 50 名以上が訪れ、直近で訪日旅行を検討中の方や既に訪日経験のある方など、様々なバックグラウンドを持った方に改めて日本の魅力を訴求する機会になった。また、開催当日は「国際すしの日」であること、また今年が国際雑穀年であることもあり、食をフックとした日本の観光交流を目指すイベントとして位置付けられた。

● SNS(Facebook)での情報発信

インド市場公式 Facebook では週 4 回程度の頻度で投稿しており、5 月に最もリーチを獲得した投稿は北九州市の「河内藤園」、6 月に最もリーチを獲得した投稿は京都の「嵐山」であった。投稿内容のバランスは自然や都市、食、テーマパークなど、様々なカテゴリーの情報を満遍なく発信しているが、5・6 月の傾向を見ると、「自然」をテーマにした投稿への反応が良く、インド人の将来的な訪日目的の 1 つとして「自然」にまつわるコンテンツを発信していくことは非常に有効であると考えられる。



北九州市「河内藤園」



京都「嵐山」

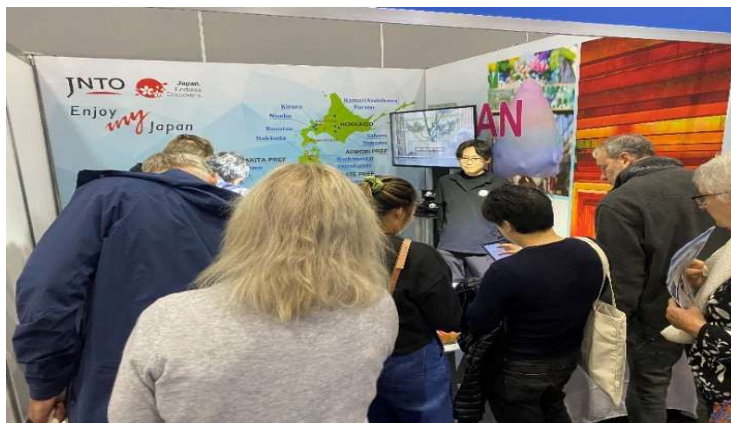
【豪州】

5-6 月の市場動向トピックス

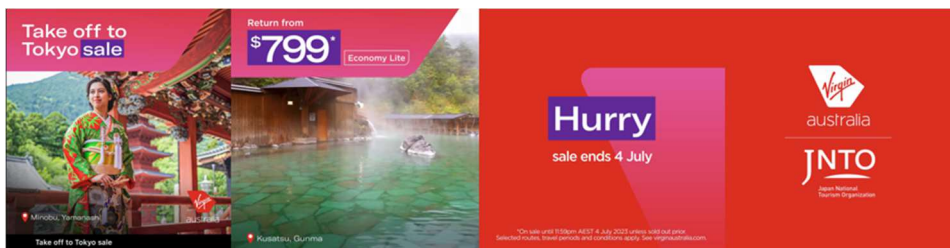
- 2023 年 5 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 11.7%減の 40,800 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日豪州人数は、対 2019 年同月比 13.7%増の 42,400 人であった。
- 日本の水際対策廃止や、クルーズ船の運航再開、ケアンズ＝羽田間の新規就航、複数路線における復便、増便の影響等も相まって、6 月の訪日者数は 2019 年同月比を上回った。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 21 日にメルボルン、5 月 28 日にシドニーで開催されたスキーやスノーボード旅行に特化した一般消費者向け旅行博「Snow Travel Expo」に出展し、日本各地のスキーリゾートについて豪州の一般消費者に対して情報提供を行った。来場者数は昨年度 7,700 人に対して今年度は 1 万 2,000 人と約 1.5 倍に増加し、イベント来場者は今冬の訪日スキーなどについて積極的に情報収集を行っていた。また、日本からスキーリゾート関連のサプライヤーも多く参加し、一般消費者への PR 活動が活発に行われた。来場者を対象にしたアンケートでは、依然として北海道や長野の人気の高い一方、「あまり外国人観光客がいないところでスキーを楽しみたい」、「知られていない穴場スポットを教えてほしい」という声もあった。
- 6 月 28 日からケアンズ＝羽田間をデイリーで新規就航したヴァージンオーストラリア航空と共同で SNS を活用した共同広告を実施し、ケアンズ＝羽田間唯一の直行便であることの情報発信と予約数の向上を図っている。ヴァージンオーストラリア航空やシドニー事務所がそれぞれ同日に発信したオーガニック投稿には、「初のケアンズ発羽田着の直行便が就航して嬉しい」というものや、機体が新しいボーイング 737-8 型機であることについて話題があがった。



Snow Travel Expo の VJ ブースの様子(上)



ヴァージンオーストラリア航空との共同広告(下)

【米国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 16.8%増の 183,400 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日米国人数は、対 2019 年同月比 29.2%増の 226,800 人であった。
- 米国内全体で旅行需要が高まっているところ、例年最大の旅行時期となる夏休みシーズンが到来し、日本の水際対策廃止や複数路線における復便・増便の影響等も相まって、訪日者数は 2019 年同月比を上回った。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ニューヨーク事務所は、5 月 13 日にニューヨークで開催された日本をテーマとしたパレード「Japan Parade」に参加し、訪日観光情報提供ブースを出展した。開催 2 年目となる今年は開催時間が今年の倍の 7 時間となり、約 5 万人の来場者が訪れて大盛況のうちに終了した。VJ ブースでは持参した配布資料が早々になくなって途中で追加したり、電子版での紹介に切り替えたりなど、常に訪問者でにぎわっていた。訪問者の多くは訪日未経験層であったが、日本の入国規制撤廃を受けて半年から 2 年以内の訪日を計画している人が多く、「ツアーガイドの申し込みはどこでできるのか」、「四国 4 県の効率の良い回り方を教えてほしい」といった具体的な旅行プラン計画のためのアドバイスを求める声が多く寄せられた。
- ロサンゼルス事務所は、5 月 7 日から 10 日に開催された米国最大級の高付加価値旅行会社グループ「Travel Leaders Network」の年次総会に参加した。総会にはトラベルアドバイザーなど約 1,700 人が参加し、商談会等を通じて日本の高付加価値旅行層向けコンテンツに関する情報発信等を行った。業界では旅行日数の長期化というトレンドが顕著になってきており、訪日旅行においてもゴールデンルートを延長して地方を訪れるニーズが増しているとのことであった。高付加価値旅行層の地方旅行において求められることとしては、そこでしか体験できない、ゴールデンルートとは差別化されたコンテンツに加え、地域独自の伝統・文化が語れる優秀なツアーガイド等が挙げられた。また、地方を訪れる手段としてクルーズを活用する旅行者も多いとのことであった。



Japan Parade でのブース出展の様子



商談会の様子

【カナダ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日カナダ人数は、対 2019 年同月比 19.7%増の 42,300 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日カナダ人数は、対 2019 年同月比 18.1%増の 30,000 人であった。
- モントリオール＝成田間の増便などもあり、訪日カナダ人数は COVID-19 前の水準を上回るまで回復した。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 27 日、トロントで開催されたカナダ最大級の日本のポップカルチャーイベントである Anime North 2023 において、在トロント日本国総領事館、東京観光財団と共同でアニメツーリズムに関するセミナーを実施した。訪日旅行全般に関する情報提供や各地のアニメ聖地巡礼スポットの紹介等を行い、参加者からは聖地巡礼をする上での移動手段についてなど数多くの質問が寄せられ、訪日旅行に関する高い関心がうかがえた。
- 6 月 9 日から 10 日にかけて、モントリオールで開催された YATAI MTL という日本祭りに、在モントリオール日本国総領事館と共同出展した。20 代から 30 代の若年層が中心のイベントであり、VJ ブースには約 500 人が来訪した。159 人のアンケート回答者のうち 86%が旅行を全て自己手配するFIT層であり、日本のおすすめ訪問先について積極的に情報収集する姿が見られた。
- 6 月 16 日から 24 日にかけて、約 50 万人の Instagram フォロワーを抱える Scott Bakken 氏一家を日本に招請し、「家族旅行」や「アドベンチャー」をテーマとして中国地方を中心に周遊してもらった。親子でしまなみ海道のサイクリングを楽しむ様子や、岡山から直島への日帰り旅行、Rabbit Island として知られる大久野島でウサギと触れ合う様子等を Bakken 夫妻の Instagram のストーリーズ投稿で積極的に発信してもらい、今後順次フィード投稿やブログ記事作成を行ってもらう予定となっている。
- 6 月 28 日、国際交流基金トロント事務所と共同でオンラインセミナーを実施した。国際交流基金からは日本旅行で役立つ基礎日本語を、JNTO からは訪日旅行の基本情報や日本の夏の観光魅力についてそれぞれプレゼンし、68 名の参加者からは日本周遊のためのお得なパス情報等を中心に熱心な質問も寄せられた。



Anime North でのセミナー実施



YATAI MTL 出展



インフルエンサー招請

【メキシコ】

5-6 月の市場動向トピックス

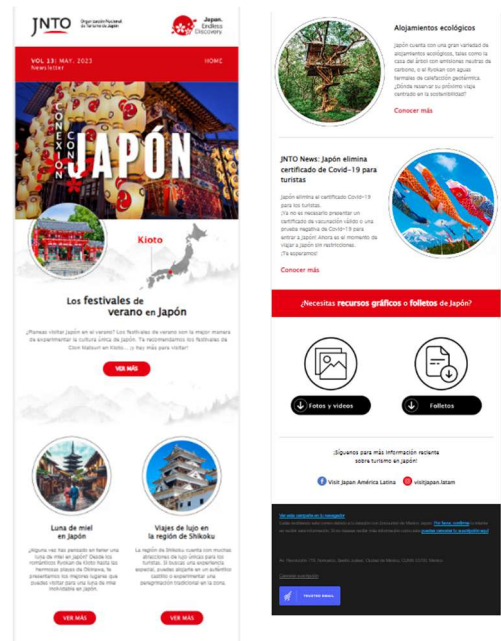
- 2023 年 5 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 55.1%増の 8,500 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日メキシコ人数は、対 2019 年同月比 19.8%増の 6,800 人であった。
- 2023 年 3 月のメキシコシティ＝成田間の復便などもあり、日本への直行便数は前年同月に比べ回復傾向にある。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 9 日から 12 日にかけて、ブラジルのサンパウロで開催された ILTM Latin America へニューヨーク事務所と共に出席し、メキシコで高付加価値旅行を取扱う旅行会社 21 社と商談を行った。全体的に訪日旅行の手配経験に乏しい旅行会社が多く、「初めての訪日旅行者向けのおすすめルート」、「東京、京都以外のおすすめ観光地」、「便利な移動手段は何か」といった基本的な質問が多く寄せられた。今後、メキシコ事務所では高付加価値旅行を取扱う中南米旅行会社向けに訪日旅行の情報提供を行うべく Virtuoso 加盟メンバー向けのスペイン語ウェビナーを実施する。
- 5 月 24 日に旅行業界関係者 530 人にニュースターを配信した。日本の夏祭りの特集、日本でのハネムーン情報に加え、近年の環境意識の高まりを受け環境に配慮した宿泊施設を紹介した。また、6 月 29 日にはメディア関係者 120 人にニュースターを配信し、円安による割安感を中心に訪日旅行の魅力を紹介した。6 月にヒアリングした現地の旅行会社からは、2023 年上半期の訪日旅行商品の販売状況は対 2019 年比 200%以上と好調であるという話や、世界に拠点を持つホテルチェーンにおいてアジアの中では特に東京が現在好調であるといった話も聞いており、この契機の逃さず旅行業界関係者向けにニーズに合った適切な情報を提供していく。



ILTM Latin America 商談の様子



旅行業界向けニュースター

【英国】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 12.5%減の 27,700 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日英国人数は、対 2019 年同月比 20.9%減の 20,400 人であった。
- 3 月 26 日から British Airways の直行便が増便されたこと、4 月 29 日からの入国規制廃止されたことなどを受けて引き続き訪日旅行者の回復傾向が続いている。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ✳ ロンドンにおける日本の情報発信拠点であるジャパン・ハウス ロンドンと連携し、ジャパン・ハウス ロンドンにおいて日本の地域の芸術や工芸などを紹介する一連のイベントを実施するプロジェクト(Spotlight on Local Japan)を立ち上げ、5 月 31 日より、イベントのアイデアの募集を開始した。アイデアが採用された場合にはジャパン・ハウス ロンドンと共催でイベントを行うこととなるため、提案者は少ない負担で英国でのプロモーションイベントを実施できるほか、ロンドン事務所においてもオウンドメディアなどでイベントに関連した情報発信することにより、英国における日本の地域の知られざる魅力を紹介し、地方誘客に繋がるのが期待できる。
- ✳ 6 月 28 日から 29 日にかけて、ロンドンの Excel London で開催された MICE 見本市である、Northstar Travel group 主催の「The Meeting Show UK 2023」に出展を行った。VJ ブースでは、新規顧客の獲得および、バイヤーとの情報交換を目的に、主に英国および欧州等のインセンティブバイヤーや国際会議主催者、コア PCO などと商談を実施し、2 日間の会期中、VJ ブースで行った商談件数は合計 35 件となった。2023 年 4 月末にすべての入国規制が撤廃されてから初の英国での MICE 見本市となり、日本で具体的な案件を検討している声が多く聞かれ、一般観光の回復同様に、今後ビジネスイベント需要の回復にも期待したい。



ジャパン・ハウス ロンドン外観



「The Meeting Show UK 2023」の様子

【フランス】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 13.2%減の 26,800 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日フランス人数は、対 2019 年同月比 17.0%減の 17,700 人であった。
- 春期と比較して訪日客数が多い時期ではないが、現地における訪日旅行への関心の高さや回復傾向にある直行便数に下支えされて訪日客数は堅調に推移した。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 5 月 18 日から 21 日、スイス国境にも近いフランス東部の温泉保養地エクス・レ・バンで、同市のカジノを会場とし、日本文化を紹介するイベント「日本祭り」をエクス・レ・バン市観光局、在リヨン日本国領事事務所、パリ事務所共催で実施した。エクス・レ・バンを含むスイス近隣地域には温泉保養地などのリゾートが点在しており、カジノ利用者に加え、それらの街からも金銭的に余裕がある高付加価値旅行者層が多く来場し、想定を大きく超える約 7,000 名が VJ ブースを訪れた。特に高付加価値な山岳アウトドア・アクティビティに大きな関心が寄せられ、将来の訪日消費増に寄与するイベントとなった。
- 6 月 1 日、フランスに本社を置く世界的に有名なオールインクルーシブリゾート Club Med が主催する BtoB を対象とした観光プロモーションイベントへ参加し、高付加価値旅行層をターゲットとした訪日旅行の魅力を訴求した。同イベントでは、Club Med の社員に加え、他の旅行会社社員 23 名を招き、東海道、高山、白川郷、直島、倉敷、姫路など、日本の地方部をテーマとしたプレゼンテーションを行った。セミナー後のネットワーキングでは、プレゼンテーションの内容についての質問を多く受け、将来の訪日商品造成につながるイベントとなった。
- 6 月 6 日から 11 日、パリから高速鉄道で約 1 時間の地方都市ル・マンで、世界的に有名な自動車レース「ル・マン 24 時間耐久レース」の 100 周年大会が開催され、約 30 万人（主催者推計）の来場があった。パリ事務所は TOYOTA GAZOO Racing、マツダ株式会社という、モータースポーツファンの中で非常に評価が高い会社と連携して VJ ブースを出展し、日本の観光魅力を PR した。各国メーカーの自動車展示が中心のエリアにおいて、VJ ブースは唯一観光プロモーションを目的に設置されていたため、特に目を引き、5,100 名の来場があった。来場者からは「世界に名高い日本の自動車メーカーがある街だけでなく、近隣の観光地にも行ってみたいとなった。」という声があがるなど、これまで訪日観光に関心が強くなかった層の掘り起こしにつながった。また記者会見を行ったことで、モータースポーツ関連のメディアに数多く取り上げられ、訪日観光の認知度向上に寄与した。



エクス・レ・バン「日本祭り」



「ル・マン 24 時間耐久レース」記者会見



「ル・マン 24 時間耐久レース」VJ ブース

【ドイツ】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 7.2%増の 23,100 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日ドイツ人数は、対 2019 年同月比 12.7%減の 13,700 人であった。
- 日本側の水際規制緩和の影響により、訪日人数は回復傾向にある。また、5 月からはルフトハンザ航空がミュンヘン＝関西線を週 3 便再開。6 月からは 3 月末に再開した全日本空輸がミュンヘン＝羽田線を週 4 便(1 増)となったことも増加要因となった。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 6 月 6 日から 11 日にフランクフルトにて日本映画祭「Nippon Connection」が開催され、100 本以上の日本の短編・長編映画上映と 60 以上のイベントが開催された。映画祭には過去最高の約 1 万 8,500 人が来場し、多くのドイツ人に日本の文化や芸術に関する知見を深めていただくことができた。JNTO は VJ ブース及び訪日旅行セミナーを実施して日本への興味関心の向上を図った。映画祭では沖縄にスポットが当てられ、沖縄が舞台の「ウムイ芸能の村」、「遠いところ」、「ナビィの恋」の 3 作品が上映され、三味線や獅子舞のパフォーマンスが行われた。JNTO でも映画祭主催者と大手旅行会社 Gebeco と連携して、ドイツ市場公式アカウントで沖縄をテーマに Instagram ライブを開催し、ビーチ等の観光地としての沖縄の魅力を伝えた。



訪日旅行セミナーの様子



沖縄のパフォーマンス

- 6 月 30 日から 7 月 2 日にデュッセルドルフにおいて、日本のアニメやゲームなどをメインコンテンツとしたサブカルチャー見本市「DOKOMI(ドコミ)」が開催され、サブカルに関心の高い中・若年層を中心に約 15 万 5 千人が来場した。JNTO では、同イベントに VJ ブースを初出展し、訪日観光需要の興味関心度の向上のために、パンフレット配布や訪日旅行に関する相談・質問等への対応、訪日観光に関するアンケート等を実施した。VJ ブースには、近い将来の訪日旅行計画を持つ方が多くお越しになり、お勧めのルートや訪問地、滞在時の懸念事項等の具体的かつ詳細な情報を求められた。今後、これらの層に対しては、一般的な観光情報だけでなく、彼らの興味関心に合わせた漫画やアニメの聖地巡礼旅等の情報を提供していくことで、更なる訪日需要を喚起していきたい。



来場者で賑わう「DOKOMI」会場



日本エリアに出展した VJ ブース

【イタリア】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 5.3%減の 11,800 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日イタリア人数は、対 2019 年同月比 10.2%減の 10,200 人であった。
- 5 月及び 6 月は長期休暇がなく、また本格的なバカンスシーズンの前であるが、イタリア全体の旅行需要は堅調に推移しており、それに伴い訪日旅行需要も継続して好調であった。

5-6 月の主なプロモーション活動

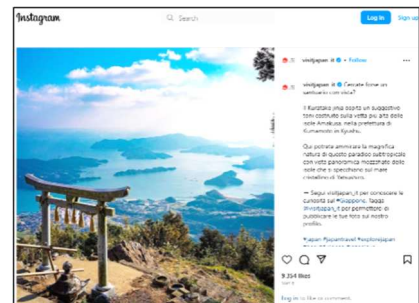
- 5 月 3 日、ローマにて開催された MICE 商談会 Buy Mice に出展した。全体では、セラー50 社、バイヤー 200 社が参加する中、ローマ事務所としてもインセンティブハウスやイベントオーガナイザー等と商談を行った。MICE デスティネーションとしての日本の認知拡大のため、一般観光情報に加えて MICE 実施支援情報の提供並びに資料の配布を行った。インセンティブ関係者によると、イベントやインセンティブ旅行のデスティネーションへの関心は、イタリア国内や欧州等ショートホールにとどまらず、ロングホールとなる日本への関心も高まっているとのことであった。
- 6 月 23 日から 30 日にかけて、ツアーオペレーター4 社を対象にした招請事業を実施し、アウトドア、自然をテーマとし、沖縄の先島や九州を訪問した。沖縄では石垣島、竹富島、西表島を訪問し、カヤックやキャニオニングなどのアドベンチャー体験だけでなく、三線や地元の料理などの文化を紹介した。また九州では、博多、大宰府、阿蘇、熊本を訪問し、その地方の豊かな自然や歴史にも触れた。この他にも、商品造成に繋げるべく、博多及び東京ではホテル視察や日本のランド事業者との交流会を実施した。参加者の九州・沖縄の訪問地域に対する関心は高く、今後訪日商品に含めていきたい、地域についてさらに知りたいという声が聞かれた。
- 5 月から 6 月の期間に計 53 回、地方に関する情報を中心にイタリア市場公式 Facebook と Instagram の投稿を行った。内容としては、初夏の日本の美しさを伝える風景や見頃の花、また鯉のぼりなど季節の文化と絡めた投稿などを行った。フォロワーからの反応が上位となった投稿は、5 月は順番に、芝桜が満開となった山梨本栖湖の富士芝桜まつり、美しい眺望を楽しめる熊本の倉岳神社、6 月は地方の工芸品として紹介した宮城のこけし、白神山地や美しい日本海を車窓から楽しめる青森-秋田の五能線、に関する投稿となった。



MICE 商談会「Buy Mice」への出展



九州・沖縄への招請事業



SNS 投稿(熊本、倉岳神社)

【スペイン】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 13.7%減の 8,600 人であった。
- 2023 年 6 月の訪日スペイン人数は、対 2019 年同月比 10.9%減の 8,700 人であった。
- 2022 年末から訪日者数の実績が着実に伸びている傾向が見られ、現時点、年内の当市場最大の実績を記録した。

5-6 月の主なプロモーション活動

- 日本とバスク州では、2023 年を日本バスク交流年として、観光分野においては在スペイン日本国大使館、バスク州、旅行会社等と連携しながら日本とスペインの相互交流促進を図っており、今般、5 月 5 日から 7 日の 3 日間、バスク州ビルバオで開催された Expovacaciones2023(旅行博)に出展し、訪日旅行相談会を開催したり、日本食、書道、着物体験、武道等のパフォーマンスを実施したりして、バスク州の一般消費者向けに訪日旅行の魅力を発信した。日本バスク交流年の取り組みは現地メディア各社より取り上げられ、全体来場者が約 2 万人に対して、VJ ブースには 6,000 人以上が来場した。
- 上記日本バスク交流年の一環として、スペイン市場公式ウェブサイト内にバスク特設サイトを開設し、バスク州に関連のある日本の観光地等を紹介し、訪日旅行の認知度向上及び誘客促進を図った。併せて同サイト内において、バスク州サンセバスティアンに本拠地を置く、スペインサッカーリーグのレアル・ソシエダで活躍中の久保建英選手による訪日旅行のお勧め観光地を紹介した。

URL: <https://www.japan.travel/es/es/2023-ano-de-intercambio-euskadi-japon/>

- 6 月 22 日、現地の FIT 若手に特化した OTA「WeRoad」及び日本航空と連携し、彼らが持つ顧客や JNTO スペイン語版 SNS のフォロワーを招待した BtoC 向け訪日イベントをマドリードで開催した。JNTO から訪日旅行に関するプレゼンテーションを実施し、書道パフォーマンスや桜のフォトスポットの提供などを行った。イベントには 188 名が来場し、訪日旅行の興味・関心度の向上を図った。



Expovacaciones2023 出展様子



バスク特設サイトの抜粋



一般消費者向け訪日イベントでのプレゼンテーション様子

【中東】

5-6 月の市場動向トピックス

- 2023 年 5 月の中東地域からの訪日人数は、対 2019 年同月比 53.2%増の 8,700 人であった。
- 2023 年 6 月の中東地域からの訪日人数は、対 2019 年同月比 17.5%増の 9,100 人であった。
- 一部の中東地域の国における査証申請・手続きの緩和、ドバイ＝羽田間の増便による日本への直行便数の回復等の影響で、中東地域からの訪日人数は 2019 年同期水準を超過する傾向にある。5 月はラマダン(イスラム教の断食月)明けとなったことも影響した。

5-6 月の主なプロモーション活動

- ドバイ事務所は 5 月 1 日から 4 日にドバイで開催された中東地域最大級の旅行博 Arabian Travel Market (ATM) に出展した(150 の国・地域から 2,100 以上の団体が参加、4 万人以上が来場した)。今回は、COVID-19 前の 2019 年以來 3 年ぶりに共同出展者を募り、来場する旅行業界関係者とのネットワーキング機会を提供した。日本の水際規制撤廃を受けて、日本側のセラーとコネクションを持って具体的な旅行手配等の相談をしたいという当地の旅行業界関係者の要望が高まっていることを踏まえ、DMC を中心とする日本側セラー 9 社および JNTO により、日本ブースを構成した。会期中、計 1,500 件以上の商談が実施され盛況となり、日本側セラー・現地パイヤーの双方から、情報交換や具体的な商談を多くでき有意義な機会となったとの意見が多く聞かれた。中東の関係者に向けて訪日観光の魅力を PR する機会となったとともに、共同出展者に対して、日本からアプローチすることが難しい中東マーケットへの取り組みを促進する機会ともなった。
- ロンドン事務所では、3 月にテルアビブ＝成田便を新規就航したエルアル航空と連携し、6 月 11 日から 15 日、イスラエルの有カメディアを対象に招請事業を実施した。多くのイスラエル人訪日客はゴールデンルートを中心に訪問しているが、日本食の多様な魅力を今回の招請のテーマに据え、東京都および秋田県を視察した。東京では、中野・高円寺のノスタルジックな商店街を歩きながら居酒屋やお好み焼きのような日常的な食事を体験し、合わせて茶懐石料理を通じて伝統的な日本食も紹介した。秋田では地元の酒蔵や味噌醤油醸造所を訪問して、日本独自の発酵食品文化を体験した。それぞれの土地ならではの風物とともに幅広い食事文化を紹介したことが参加者に非常に好評となり、訪日魅力のイスラエル人旅行者にまだまだ知られていない側面を訴求することができた。



ATM の日本ブース



メディアによる醸造所視察