



国際化の最前線から



コロナ禍における 訪日プロモーションについて

日本政府観光局 (JNTO) 市場横断プロモーション部長 伊東 和宏

JNTO が昨年行った在留外国人の SNS 発信を促す取り組みについて紹介する。

昨年 COVID-19 の収束が見通せない中、旅行関心層は Virtual Trip 動画を楽しんでいた。一方「いつ日本に行けるだろう」と実際の旅行を渴望する声も多く聞かれた。JNTO も例年通り広告ができない中、関心を薄れさせてはならないという危機意識があった。

そこで、在留外国人が日本の情報を発信すれば出身国である海外の友人・家族らが目にし、「落ち着いたなら日本に行きたい」と思うのではないかと、個人が繋がりある人へ発信することを JNTO が促すというアプローチができるのでは、と考えた。

2つの軸で取り組みを行った。1つ目は、在留外国人の方に SNS で「自分が好きな日本」を発信してもらう #My Own Personal Japan キャンペーン。応募件数 2,500 以上の中から 10 作品を選んで賞品を提供した。日本に住んでいて普段意識しなくなっていた日本の魅力にあらためて気づいてもらいたいという狙いがあったが、キャンペーン期間が終わってもこのハッシュタグを付けた投稿数が増え続けていることから、まさにそのきっかけづくりができたと思われる。

2つ目は、すでに継続的に日本の情報を SNS 発信し

ている方向けに、さらにスキルを向上してもらうための人材育成。プロのインフルエンサーが講師となりオンラインで講座を行った。合計 36 名が、3 クラスに分かれ、講座、作品制作、フォローアップ座談会を経験した。これからインフルエンサーとして成長していく最初の足がかりとなったのではないかと。

観光情報発信において SNS はますます重要になってきている。これは発信される情報の「信頼性が高い」ためだ。現在は、旅行先を調べるとき、SNS 上でキーワード検索し、その場所を実際に訪れた人のレビューを参考にすることが多い。また、UGC (User Generated Contents) として、日本をよく知る外国人ならでの、日本人にとっても知られざる日本の魅力が SNS から発見される可能性もある。

今回を起点に、今後も在留外国人の方々の力をお借りし、訪日促進に取り組んでいきたい。



オンライン講座の様子



MY OWN PERSONAL JAPAN
Sceneries to see and things to experience with your loved ones
DATE : 19 OCT - 6 DEC 2020
Sponsored by JNTO



キャンペーン告知画像

プロフィール

伊東 和宏 (いとう かずひろ)
日本政府観光局 (JNTO) 市場横断プロモーション部長。民間旅行会社を経て 2004 年 JNTO に入構。東京本部各部署、およびバンコク事務所長などを経て 2018 年より現職。インバウンドプロモーションを担う JNTO において、対象市場を横断したテーマごとのプロモーションを展開。在留外国人事業のほか、オリパラ、富裕層、グローバルキャンペーンなどを手掛ける。