

コロナに負けない 海外プロモーション戦略

— 英国での30年の実績から —

CROSS MEDIA

クロスメディア

1

クロスメディアについて

英国における30年の活動

2

英国の現地状況

- ① コロナ状況タイムライン
- ② コロナ感染状況
- ③ 市場の現状

3

コロナに負けない海外プロモーション戦略

- ① 訪日観光について
- ② 日本食PRについて
- ③ オンラインイベント成功事例

4

質疑応答

クロスメディアについて

欧州における経済・文化の中心地である**英国・ロンドン**に拠点を置き、
プロモーションやイベント等を通して**英国における活動をサポート**

1987年

ロンドンで設立。
在英日本人に向けた生活情報誌「RED DIRECTORY」や、観光ガイドを出版。

1988年

日本食ブームに先駆け、日本食関連書籍を出版。

2001年

「**EAT-JAPAN**」ブランドを展開。雑誌・書籍の出版やイベントを通じて、日本人だからこそ伝えられる正しい日本食と食文化の普及に努める。

2010年

「**HYPER JAPAN**」ブランドを展開。主催イベントや自社メディアを通して観光・食・伝統文化・音楽・ファッション・テクノロジー・ゲーム・マンガ・アニメなど、日本文化を総合的にプロモーション。後に日本文化に特化したイベントとしては英国最大の規模に成長。

東京都への誘客拡大やブランド認知の向上を図る「**東京観光レップ事業**」を受託。

設立以降、公官庁・地方自治体・日本企業等の英国における様々な活動をサポート。



英国における豊富な知見を活かした4つの事業展開

英国市場の特性や動向を熟知

▶ ロンドンを拠点とした30年超の活動

メディア・旅行業界・食業界
等のリレーション

▶ 観光や食事業における事業実績

日本文化好きコミュニティ
とのコネクション

▶ 自社ブランドHYPER JAPANの運営

関係各所とのスムーズな連携

▶ CLAIR・JNTO・JETRO・日系企業・レストラン等との連携実績

マーケティング

動向調査等リサーチ
／市場分析／ヒヤリング／ブランディング等

プロモーション

イベント出展／セミナー企画運営／キャンペーンの実施／広告掲載等

ニーズに合わせて
ローカライズ

効果的な
アプローチ

イベント主催

HYPER JAPAN開催／イベント出展・出演における企画運営／自社メディア運営等

制作 クリエイティブ

販促ツール／ウェブサイト制作／書籍・雑誌の編集制作／翻訳／撮影等

英国の現地状況

コロナ状況タイムライン・コロナ関連状況・市場の現状

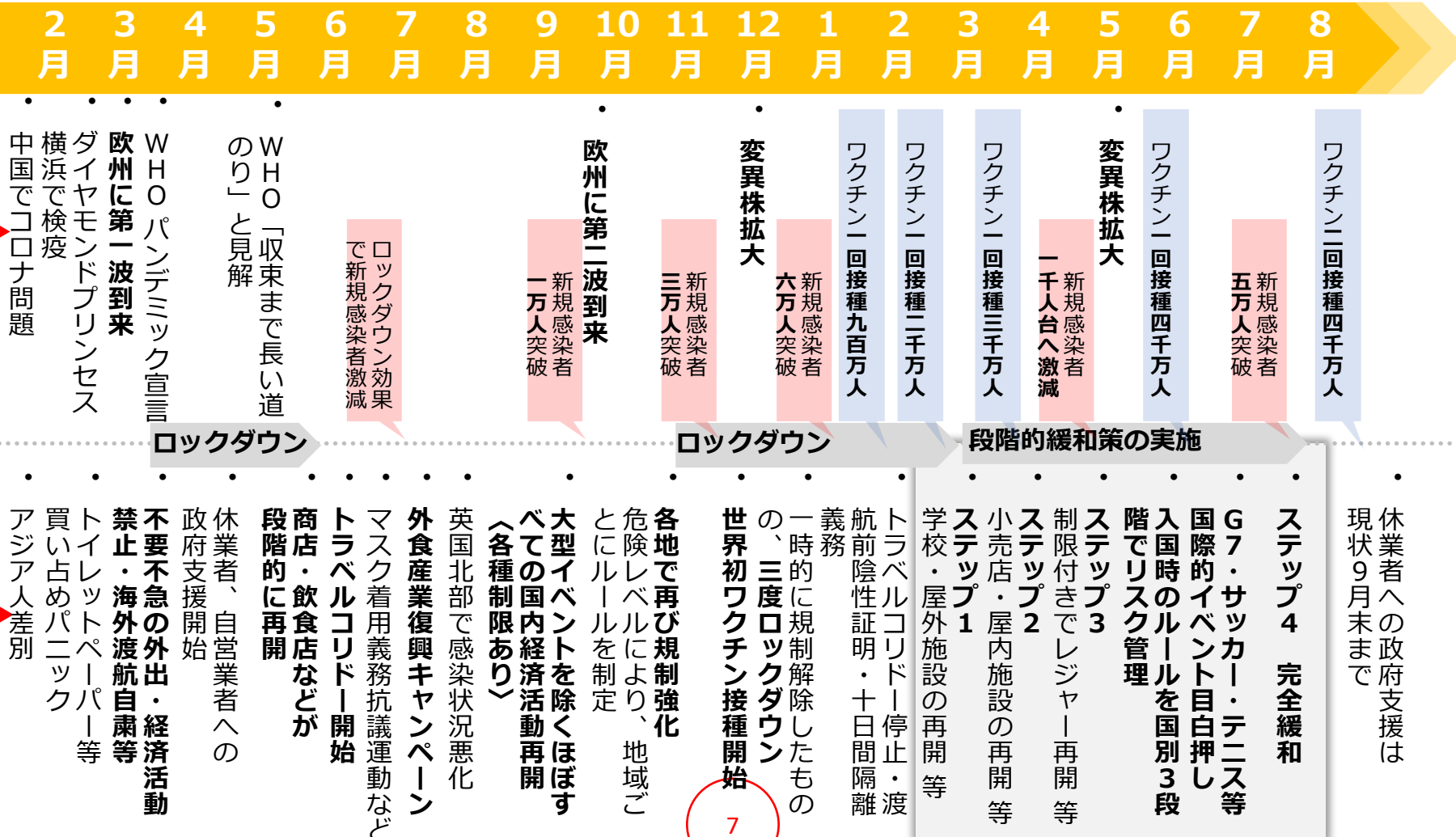
① コロナ状況タイムライン

2020年

2021年

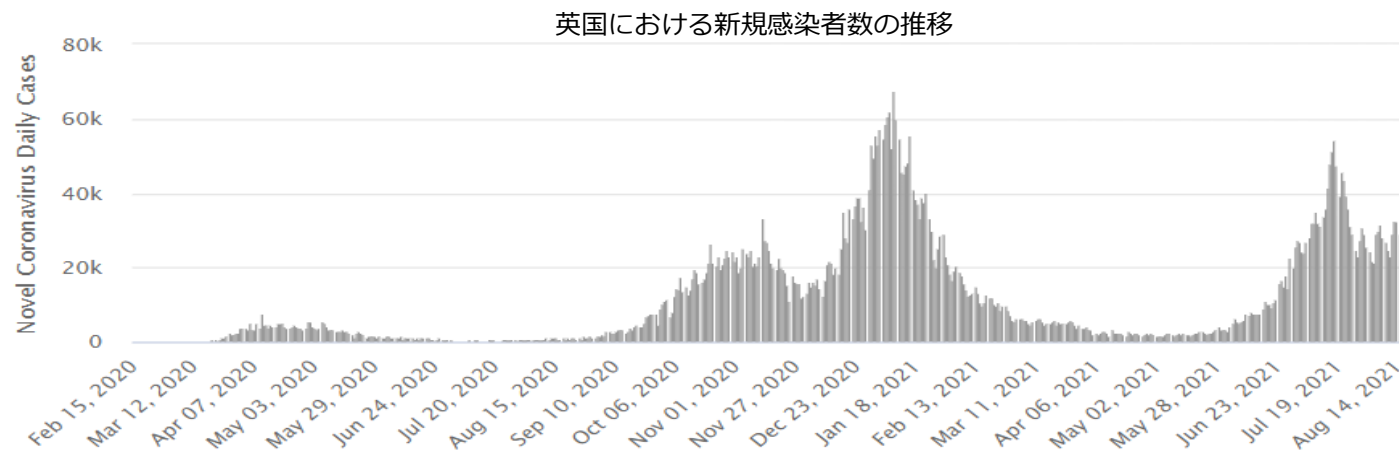
コロナ状況

国内動向



② コロナ関連状況（8月19日時点）

- 感染者累計：6,391,650件（日本は1,202,185件）
- 総死者数：131,373人（日本は15,501人）
- 新規感染者：36,371件（日本は24,091件）
- 国別感染者数ランキング：世界第**6位**（欧州ではロシア、フランスに次ぎ第3位）
- ワクチン2回接種完了：41,332,128人で人口の62%（1回接種完了数47,516,505人）
- 完全緩和以降感染者数は激増したものの、**死者数・入院患者数は抑えられている**



出典：worldometers.info

③ 市場の現状

- 7月19日（月）の完全緩和以降、国内に**活気が戻ってきている**
- 8月初旬より**16～17歳へのワクチン接種**開始
冬に備え9月からは3回目の**ブースター接種**開始予定
- 食・観光などの大型イベントは現状**リアル開催**の模様。
オンラインも並行した**ハイブリッド開催**のイベントも
- 入国時のルールを国毎に3段階でリスク管理する「**信号機システム**」を実施
（日本はアンバー（黄色）に分類）
- 8月初旬よりアンバー国からの入国は、英国承認ワクチンを二回接種完了していれば**テストは必須だが隔離は免除** →最新の分類国とルールについては政府サイトGOV.UKを参照
- 休業を余儀なくされたビジネスへの**政府支援は9月末まで**
- 新規感染者数より死者数・入院患者数の動向を注視し、**経済再開**の方向

コロナに負けない海外プロモーション戦略

訪日観光・日本食・オンラインイベント成功事例

事業実績一例：観光レップ

ブランド認知の向上、誘客・誘致の促進をサポート

- 東京観光レップ（東京観光財団 2010年～現在）
- 東武鉄道観光レップ（東武鉄道 2017年～現在）
- せとうちメディアレップ（せとうちDMO 2020年～現在）
- 神奈川県観光レップ（神奈川県 2018年～2019年）
- 沖縄県観光レップ（沖縄観光コンベンションビューロー 2017年～2018年）

年間で行う観光レップ業務のほか、

イベント出展／代行・各種メディアへの広告出稿・

ファムトリップのアレンジ・リリース配信など個別案件にも対応



業務内容一例：観光レップ

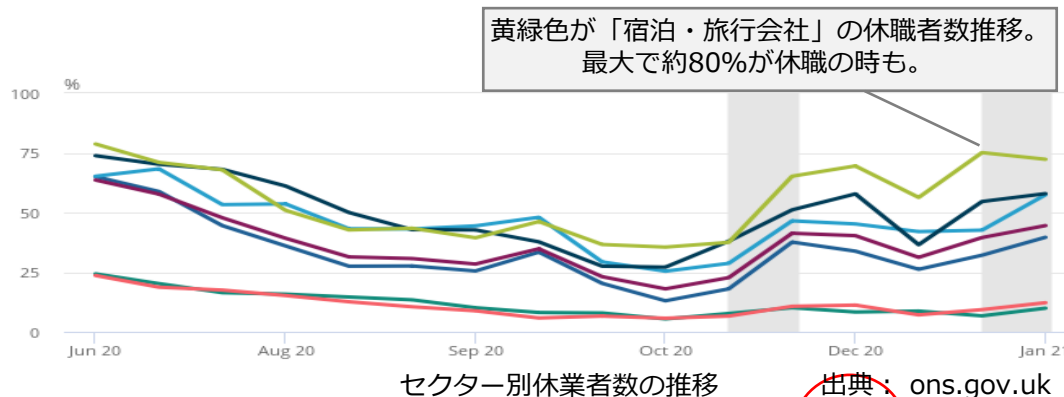
- 造成促進を目的とした旅行会社へのセールス
- 掲載促進を目的としたメディアへのセールス
- 旅行会社・メディアへ向けたリリース作成・配信
- 観光セミナーの登壇・運営
- イベント出展・出展代理
- 新聞・雑誌・への記事出稿・広告掲載
- 空港・駅・バス・商業施設等における広告出稿
- OTAやSNSを利用したデジタルプロモーション
- ファム・プレストリップのアレンジ
- 市場動向調査・分析 など

エリアの特徴や観光コンテンツの訴求ポイントに合わせてより効果的なプロモーションを実施



コロナによる旅行業界への打撃

- **British Airways**が1万人を解雇（2020年4月）
- 旅行専門出版最大手『**Lonely Planet**』が休刊（2020年5月）
- 大手新聞社Times系列の旅行情報誌『**Sunday Times Travel Magazine**』が休刊（2020年9月）
- 業界紙『**ABTA Magazine**』がデジタル版のみの発行へ（2020年秋）
- 旅行会社最大手**Hays Travel**が約20%の路面店の閉鎖を発表（2021年1月）



コロナの犠牲となった旅行会社

- Tucan
- Alpine Elements
- Horncastle Executive
- Courtney Airsavers
- Toucan Travel
- BTY Ltd
- Go Travel
- E Thornton & Son
- Omega Travel
- Gendai Travel
- Cities Direct
- Tailor Made Travel (UK)
- STA Travel
- Voyager Systems
- Harris Holidays
- South Quay Travel and Leisure
- Viceroy Ltd
- Snowchateaux Ltd
- David Urquhart Sky Travel
- Fleetway Travel
- Pan Express Business Travel
- Bargain Travel Bureau
- Specialist Leisure Group

2021年2月現在 出典：Daily Mail

コロナによる業界の変化と今後の動き

- ・ リモートワーク・テレビ会議の定着
- ・ ウェビナー・バーチャルイベントの定着



- ・ 9月末で休職者への政府支援終了 → 旅行業界再開への期待
- ・ 消費者が旅行会社を通して予約する傾向

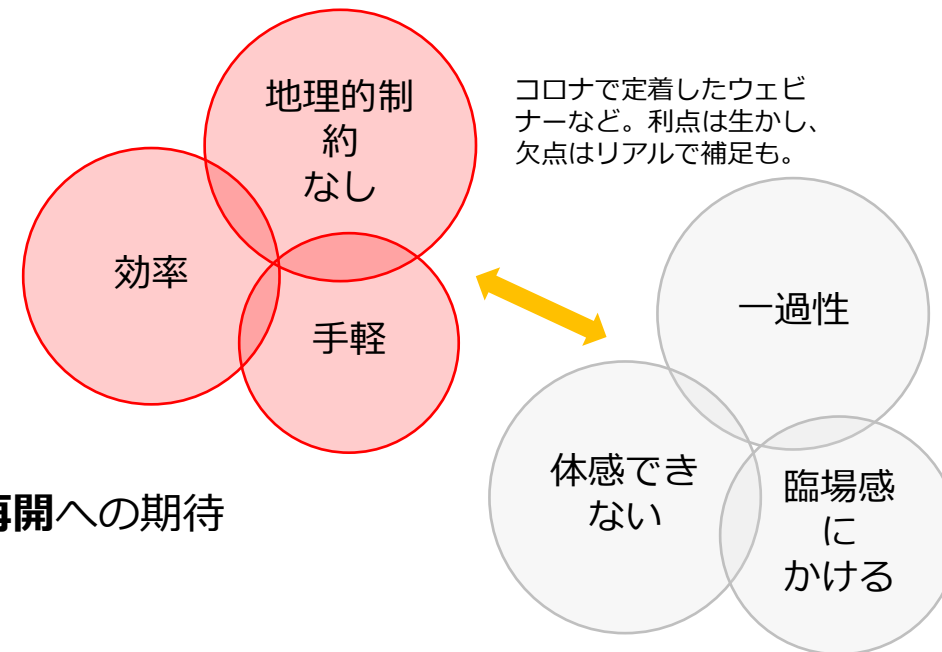


- ・ WTM London (World Travel Market London)をはじめとする大型イベントのリアル開催の現実味



バーチャル + リアル

双方の利点を生かしてアプローチ



予約は旅行会社を利用する傾向に

ABTA（英国旅行業協会）の調査によると、消費者が旅行を予約する際に旅行会社を利用する傾向はコロナ前に比べて25%アップしていることがわかった。突然のキャンセルへの保障など、専門家への安心感や信頼、旅行先の最新情報などのアドバイスに期待がかかっている。

2021年7月現在 出典：ttg

消費者の旅行意欲

- 政府が「7月19日以降アンバー国からの入国に隔離は必要なし」と発表したとたん、EasyJetにおけるアンバー国への**フライトやホリデーの予約が400%アップ**（BBC）



**ロックダウンや多くの規制に長く抑制されており
心の健康のためにも旅行が必要**だと感じている

ワクチン接種も進み、旅行を危険と感じておらず、
旅行の決定は**旅行先の受け入れ状況次第**

日本はその慣習から「**清潔**」「**マナーが良い**」「**安全**」「**神秘的**」との認識で、旅先として**関心が高い**

Times Travelの記事アクセスストップ10

1. Which countries are on the UK green list for travel?
2. Covid travel restrictions: where can I go on holiday in 2021?
3. How to get a PCR test for travel, the cost and where to order
4. What's the latest from the cruise industry?
5. **Guide to cherry blossom holidays in Japan**
6. Best Christmas markets
7. Croatia travel guide
8. 14 of the best sandy beaches in Greece
9. London's most expensive suite: yours for £26,000 a night
10. Best islands in the Caribbean

どこに行けるかや入出国時のPCR検査についてなど、**具体的に旅行の下調べ**をしていることがわかる。**5位には『日本の桜観光ガイド』**も。

2021年8月現在 出典：News UK

旅行のトレンドと訪日旅行に求められていること

他国にはない
日本独特の文化・伝統・歴史・食・アクティビティなどの体験

- その土地でしか体験できないこと
- その特徴や特色が日本特有であること



着実に継続的な**情報発信**でブランドやエリアの**認知度向上**

- 「行ってみたい」「見てみたい」「食べてみたい」など**体験意欲・動機**となる**奥深いストーリー**
- 由来・場所・内容などその体験を実現するために必要な**具体的で十分な情報**

2021年 6つのトレンド

1. 既知でお気に入りの旅行先を選択する傾向
2. 人生で忘れられない体験となるバケツリストの計画
3. 湖、山、キャンプなど自然と触れ合うアウトドア型の旅
4. クルーズの旅
5. 適切な保障が約束された旅行事業者での予約
6. 環境や旅先に配慮したサステナブル・ツーリズム、リスポンシブル・ツーリズム

出典：ABTA

訪日プロモーション — 展望とタイミング

- コロナ禍でも**経済的に影響を受けていない層**がいる
- コロナ禍で控えた**ホリデー予算**や**有給休暇**が残っている



ペントアップ需要への期待。**旅行がより長期的**になることが予測されている。

ただし、訪日については**日本の受入状況**がカギ。

- 長期間ホリデーに行けていない**フラストレーション**や、もうすぐ旅行に行けるだろうという**期待感がピーク**に達している



旅行の具体的な計画を立て始めており、**情報や広告に敏感になっている今**が好機

訪日プロモーション — ターゲットとアプローチ

- 早期回復を期待されているのは…

よりプライベートな旅行を実現しやすい**ハイエンド層**

コロナに対する懸念が薄くアクティブな**ミレニアル層**



観光コンテンツの**訴求ポイントの見極め**が重要

- ターゲットに向けて伝えたいことやテーマを絞って**より深く具体的に**
- **デジタル／バーチャル**を上手に利用
- 「**自然**」や「**環境**」への高い関心に即したテーマ
- 密になりそうな場所は**オフピーク・オフシーズンの提案**
- 「**コロナ対策**」を周知して安心・安全であることをアピール