

2024 年度訪日プロモーションのキャンペーンメッセージ決定！

～地方周遊、高付加価値体験など、訪日旅行の新たな魅力と多様性を PR～

- JNTO ハノイ事務所は、2024 年度の訪日プロモーションのキャンペーンメッセージを「**Nhật Bản - trải nghiệm địa phương, khám phá đa dạng**」（英訳：discover Japan's regions, embrace diversity）に決定しました。
- このメッセージには、従来からベトナム人旅行者に人気のある東京、京都などの大都市や富士山だけでなく、日本各地の地方固有の魅力や日本でしか味わうことができない高付加価値体験等をベトナムの皆さんに伝えていきたいという私たちの想いを込めました。
- 私たちは訪日旅行の多様性や奥深さをベトナムの皆さんに伝え、新たな訪日旅行の魅力を発見してもらうことを目指します。

2024 年 1 月から 4 月までのベトナムからの訪日者数は 233,800 人となり、通年で過去最多を記録した 2023 年同時期に比べて 8.1% 増と非常に好調な数値となっています。特に 2024 年 3 月は単月として過去最多となる 67,400 人が日本を訪れ、日本の桜鑑賞や「ゴールデンルート」と呼ばれる東京・富士・大阪・京都等の人気観光地巡りを楽しみました。

一方、多くのベトナム人旅行者が訪れる場所は「ゴールデンルート」に集中している現状があります。また、日本政府は 2023 年 3 月に策定した新たな観光政策のなかで「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」を 3 つの柱として掲げています。

そのため、私たち JNTO ハノイ事務所は、人気の観光地を引き続き PR しつつ、日本各地の魅力や日本でしか味わうことができない高付加価値体験等をベトナムの人々に知ってもらうため新しいキャンペーンメッセージを決定し、今後のプロモーション活動を強化してまいります。

私たちはこのキャンペーンメッセージを旅行会社の皆様にも共有し、旅行会社に対して新たな訪日旅行商品の造成・販売を支援することで、ベトナムの皆さんに対してこれまで以上に魅力のある新しい訪日旅行の価値を提供していきたいと考えています。



【ロゴ制作背景】

- 日本はベトナム人にとって日出ずる国としてよく知られるため、ロゴは地平線から昇る太陽を象徴。
- 日本を意味する「Nhật Bản」という言葉をデザインに取り入れ、太陽の光線を表現。
- 使用する色は、青は海、空を表し、赤は太陽や街の明かりを想起させ、日本の穏やかな自然から現代の都市生活までを表現する色として採用。寒暖色を組み合わせることで、日本の四季ある季節の独特な美しさと体験を持ちあわせている美しさを表現。
- フォントは波型を採用し、旅行中に感じる軽やかさ、自由、リラックス感を表現。

【キャンペーンメッセージを印刷したトートバッグと折り畳み傘】



【今後の具体的なプロモーション予定】

- プロモーション動画の制作と公開
- キャンペーンメッセージを印刷したギブアウェイ制作と提供
- 旅行会社向け訪日観光セミナーの開催
- 旅行会社を対象とした訪日旅行商品コンテストの実施
- 旅行会社を対象とした訪日視察ツアーの開催
- 新たなガイドブック・パンフレットの制作と配布