



## ドイツ連邦共和国大使館 外壁写真展開催

2023年のテーマは「#ドイツ発見」

ドイツ観光局(DZT)とのコラボ企画

東京、2023年3月3日 – ドイツ連邦共和国大使館は、東京都港区南麻布にある大使館敷地を囲む外壁に、一般市民向けのイラストや写真の企画展示を毎年テーマと趣向を変えながら実施している。2023年は「#ドイツ発見」をテーマに観光写真展を、ドイツ観光局(以下 DZT)とのコラボレーションで開催する。コロナ禍による海外渡航制限により激減したドイツ旅行への関心喚起を目的に、大使館とDZTにてまだあまり知られていない写真映え間違いなしのドイツの魅力ある風景写真を、16あるドイツの連邦州ごとに1枚ずつ厳選し、大型写真化して大使館の外壁に日本語とドイツ語での説明を添えて展示している。写真展は、2023年1月末にスタートし、2023年12月末まで実施する。

写真展開催および16枚の観光写真については、**#discovergermany #ドイツ発見**の2つのハッシュタグを設け、大使館のツイッターをはじめとするソーシャルメディアで、多様性あふれるドイツの魅力を遠方に住む方に楽しんでいただくために、また一方で実際に大使館まで足を運んでもらう動機付けとして定期的に発信している。またDZTのツイッターで大使館の写真展ツイートをリツイートすることで、写真展および観光写真のソーシャルメディア上での拡散を狙っている。

写真展開催に合わせてクレームンス・フォン・ゲッツェ駐日ドイツ連邦共和国大使は次のように話している。「大使館の外壁を飾る16の連邦州の写真は、ドイツの多様性を表現しています。ドイツには風景や建築以外にも、たくさんの魅力



があります。パンデミックにより、私たちは飛行機に乗らずとも見知らぬ土地を知る新しい方法を見つけなければなりません。この写真展を通してぜひあらたなドイツを発見していただき、バーチャル、リアルを問わず、次のドイツ旅行のインスピレーションになれば幸いです。」

DZT の西山晃アジア地区統括局長は、今回の大使館との協業について次のようにコメントしている。「コロナ禍で落ち込んだドイツ旅行需要を喚起するために、大使館と1年にわたる関心喚起のコラボレーション企画を実現することができたことを心よりうれしく思っています。アフターコロナの旅行スタイルは、グループから個人旅行へ、駆け足の旅から滞在先でよりゆったり過ごすスタイルへ変わっていきようとしています。この写真展を通じて、ドイツ旅行のリピーターだけでなくドイツ旅行に興味を持つドイツ旅行未経験の人びとが増えることを、そして16枚の写真で紹介した場所を一つでも多く訪ねていただけることを期待しています。」

写真展開催告知のツイートはこちら

<https://twitter.com/GermanyInJapan/status/1622505084910465024>

ニュースルームへ

### ドイツ観光局 (DZT) について

ドイツ観光局 (DZT) は国営のドイツ観光振興機関である。ドイツ連邦経済気候保護省 (BMWK) の委託により観光の国ドイツを代表しており、ドイツ連邦議会の決議に基づき BMWK から助成されている。ドイツ国内のインバウンド観光業界、民間のパートナー企業や各種旅行団体との協業にて、DZT は観光の国ドイツのイメージアップと外国人旅客のドイツ旅行促進のための戦略を立てマーケティング活動を実施している。DZT は COVID-19 パンデミックによる観光不況の克服のため、以下の3つのリカバリー戦略を立てている。



- 観光の国ドイツのブランドイメージの向上とブランド力の強化
- ドイツインバウンド業界の中核を担う中小企業を中心に、連携と情報共有の強化
- 明確な目的のもとで実施される市場調査とコロナ禍の観光業へ影響に関する分析に基づき、エビデンスに基づくアクションプランの計画と実施

ロックダウン期間中、DZT はカウンターシクリカルなマーケティングを実施し、顧客とのダイアログを維持、マーケティングコミュニケーションを状況に応じて柔軟に変え、観光の国ドイツへの共感とインスピレーションを提供した。

### 重点テーマ：デジタル化と持続可能性

ドイツ観光局 (DZT) は、ドイツ政府の目標に沿う将来を見据えた持続性のある観光の促進に力を入れている。中でも重点項目となっているのは、デジタル化と持続可能性である。DZT は、チャットボットのような AI 人工知能や対話型インターフェイスを駆使した注目の新技術 (VR 仮想現実、AR 拡張現実、MR 複合現実) 実用化のパイオニアである。AI 支援型マーケティングプラットフォームで、観光分野のサービスやオファーを目に見えるわかりやすい形で提供できるよう、DZT はドイツ観光経済のオープンデータプロジェクトを実施し、ナレッジグラフの開発を進めている。

持続可能性は、10 年以上も前から分野の垣根を超えたテーマとして、組織全体で戦略的に取り組んでいるテーマである。DZT は、3 本柱の戦略でまず外部に向けた知識の共有を行い、これを支援する形で組織内での持続可能性イニシアティブと組み合わせている。DZT は、観光の国ドイツが国際観光市場で、万人に優しく持続可能性にも富んだ観光

の目的地として確固たる地位を確立できるよう、責任ある観光に取り組んでいる。新型コロナウイルスの感染拡大により、これまでの価値観は大きく変わり、旅行に対する姿勢でも社会的および環境保護の責任感が反映されるようになってきている。

DZT は、東京を含む世界 25 ヶ所にある海外支局を通じて 40 か国以上でマーケティング活動を行っている。本局はフランクフルトに所在し、ビジネスインテリジェンス、ビジネスディベロップメント、ブランドコミュニケーションといった戦略立案機能を有する。