



ニューヨーク市観光会議局の新グローバル観光キャンペーン「WITH LOVE + LIBERTY, NEW YORK CITY」がスタート

NYC400（ニューヨーク市制 400 周年）、America250、（アメリカ建国 250 周年）FIFA ワールドカップなど、周年行事やビッグイベントが開催される歴史的な 2025-2026 年に向けて、ニューヨーク市の“ウェルカム・スピリット”を強化するキャンペーンを実施

今月よりチリ、コロンビア、アイルランド、日本、シンガポール、イギリスを皮切りに 18 カ国・地域で順次スタート

ニューヨーク市の 5 つの行政区（マンハッタン、ブルックリン、ブロンクス、クイーンズ、スタテンアイランド）全域の公式ツーリズム・マーケティング機関である**ニューヨーク市観光会議局（New York City Tourism + Conventions）**は、屋外広告、デジタル広告、ビデオ、ソーシャルメディアにまたがる新しいグローバル観光キャンペーン「**With Love + Liberty, New York City**」を今月よりスタートすると発表しました。このキャンペーンは、チリ、コロンビア、アイルランド、日本、シンガポール、英国での屋外広告を皮切りに、全米および世界中の旅行者に向けてニューヨーク市への来訪を呼び掛けるものです。このキャンペーンはこの他、2025 年 6 月までに米国を含む 12 カ国・都市でも展開予定で、2025 年から 2026 年にかけて訪れる、**ニューヨーク市制 400 周年、アメリカ建国 250 周年**、2026 年夏に**決勝戦を含む FIFA ワールドカップ 8 試合**の開催といった、ニューヨーク市において歴史的な周年・イベント年に向けて実施されます。

ニューヨーク市観光会議局の CMO 兼暫定 CEOである**ナンシー・マンマーナ**は「ニューヨーク市は世界中から訪れる人々を常に歓迎しつづけ、多様性に富み、活気ある都市です。『With Love + Liberty』というテーマを通じて、私たちは、この 5 つの行政区における様々なワールドクラスの体験を楽しんでいただくために、訪れるすべての人々を心から歓迎しているというメッセージを明確に発信していきます。世界的な旅行ブームが続いている今、多くの選択肢を持つ旅行者の心を掴むためには、ニューヨーク市の魅力を余すことなくアピールしつづけることが重要です。観光はニューヨーク市の経済にとって重要な原動力であり、ホテル、レストラン、アトラクション、文化団体などで直接消費される 480 億ドルの 50%を外国人旅行者が占めています。私たちは、この新しいキャンペーンをきっかけに、自由の女神の魅力をさらに高め、世界中から訪れる旅行者を惹きつけ、その旅行者がニューヨーク市内全域のあらゆる規模のローカル企業を支援してくれることに期待を寄せています」と述べています。

CONTACT:

ニューヨーク市観光会議局

日本オフィス

c/o 株式会社オーダス

アカウントディレクター 伊藤 宏和

ito@audacejapan.com

Tel. (03)5615-8177

リリースに関するお問い合わせ:

nyctourism_pr@audacejapan.com

NEW YORK CITY

TOURISM + CONVENTIONS

@NYCTOURISMNEWS

NYCTOURISM.COM

受賞歴もあるニューヨーク市観光会議局内のクリエイティブ&コンテンツ・チームが制作したこのキャンペーン・ビジュアルは、ニューヨークのランドマークであり力強い歓迎のシンボルでもある〈自由の女神〉を再び主役に据えています。暖かみのあるイエローを基調に、鮮やかなグリーンやブルーを加えた明るい色調のデザインで、シンプルなハートのアイコンを配し、5 つの行政区の地域、文化、コミュニティを体験し訪れるすべての人々に対して、ニューヨーク市のゆるぎない愛を表現しています。このデザインは今回のキャンペーン・テーマである「With Love + Liberty」というメッセージをサポートしており、自由の女神像と、ニューヨーク市は、同市を訪れる誰もがありのままに歓迎されているという考えをコンセプトに据えた、ウェルカム・スピリットがキーコンセプトとなっています。

今月から来年 6 月までの間、航空会社、旅行会社、OTA 等のパートナー企業と提携し、「With Love + Liberty, New York City」キャンペーンを**世界の 18 カ国・地域で展開**していきます。ニューヨーク市観光会議局は、**屋外広告**を展開するグローバル・メディア・パートナーである JC Decaux（ジェーシーデコー）の協力のもと

と、一部の市場における**デジタル・メディア**に加え、各国版の屋外広告を通じてキャンペーンを活性化させます。また来月には、@nyctourism のソーシャルメディア・チャンネルで、一連の新しい**短編ビデオ**を公開予定です。

本キャンペーンは先週より**チリ**（旅行会社・**Cocha**と提携）と**コロンビア**（旅行会社・**Aviatur**と提携）におけるスペイン語版キャンペーン「con Amor + Libertad」を皮切りに、**アイルランド**（旅行会社 **Cassidy Travel** と提携）、**日本**（旅行会社・**エイチ・アイ・エス**と提携）、**シンガポール**（OTA・**Traveloka**と提携）、**英国**（航空会社・**ユナイテッド航空**）で展開していきます。さらに、**オーストラリア**、**ブラジル**、**カナダ**、**フランス**、**ドイツ**、**イタリア**、**メキシコ**、**オランダ**、**ニュージーランド**、**韓国**、**スペイン**、および米国内の長距離フィーダー市場において、今後発表予定の提携パートナー企業との広告掲載を控えています。

さらに、ニューヨーク市観光会議局は先ごろ、**ユナイテッド航空**をオーストラリア、ブラジル、日本、英国、米国における**公式航空会社パートナー**に指名し、同組織のラグジュアリー・トラベル・トレード・イニシアチブを横断することになりました。この1年間のパートナーシップには、セールスミッション、FAM ツアー、旅行業界向けトレーニング等におけるパートナーシップが含まれます。ユナイテッド航空はまた、今年6月特定の海外マーケットを対象にニューヨーク市観光会議局主催で開催された「グローバル・ラグジュアリー・メディア&トレード・リヴァースミッション」をサポートし、nyctourism.comのラグジュアリー・トラベル・プラットフォームでも開催レポートを紹介しています。

2023年、ニューヨーク市は、**5,060万人**の国内旅行者と**1,160万人**の海外旅行者を含む、**6,220万人**の旅行者を迎えました。同市における観光産業は**38万人**の雇用を支え、5つの行政区にまたがる様々な規模の企業で**480億ドル**の直接支出を伴う**740億ドル**の経済効果を生み出しました。今年2024年の来訪者数は**6480万人**まで増加し、2019年に記録した最高水準と比較し97%にまで回復すると予想されています。

ニューヨーク市観光会議局 (New York City Tourism + Conventions) :

ニューヨーク市の5つの行政区（マンハッタン、ブルックリン、ブロンクス、クイーンズ、スタテンアイランド）全域の観光推進および経済発展、そしてイメージ向上を目的とした、ニューヨーク市の公式ツーリズム・マーケティング機関です。ニューヨーク市観光会議局に関する情報は公式 HP nyctourism.com をご覧ください。

関連画像データ: [こちら](#) からダウンロード

これらのメディア資産をダウンロードすることにより、利用者は以下の条件に同意したものとみなされます:

ニューヨーク市観光会議局 (New York City Tourism + Conventions) は、プレス用途に限り、その使用を許しています。提供するメディア資産のすべてまたは一部を報道目的以外に使用すること（メディア資産の複製、配布、販売を含むが、これに限定されない）は禁止されています。また、ニューヨーク市観光会議局の許可なく、メディア資産を商業目的で使用したり、いかなる形でもリブランディングすることはできませんのでご注意ください。

CONTACT:

ニューヨーク市観光会議局

日本オフィス

c/o 株式会社オーダス

アカウントディレクター 伊藤 宏和

ito@audacejapan.com

Tel. (03)5615-8177

リリースに関するお問い合わせ:

nyctourism_pr@audacejapan.com

**NEW YORK CITY
TOURISM + CONVENTIONS**

**@NYCTOURISMNEWS
NYCTOURISM.COM**