

○従来は一定の訪日数がある「ボリューム層」を主要なターゲットとしてプロモーションを実施。  
 ○今後は、現状まだ訪日数が少ないが、今後一定のマーケットがあると見込まれる「潜在的ボリューム層」や、長期的視点で取り組むべき「将来的ボリューム層」に対するプロモーションも強化。

【ターゲット層について】

「最大ボリューム層」：一番訪日数が多く、引き続き重要な層。

「準ボリューム層」：一定程度訪日数があり、今後も伸びしろのある層。

「潜在的ボリューム層」：現状まだ訪日数は少ないが、一定のマーケットがあると見込まれる層。

「将来的ボリューム層」：教育旅行等、将来の訪日数拡大のため、長期的な視点で取り組むべき層。

※主要ターゲット層は主に下記の項目で絞り込み

○年齢別・性別

○居住地(大都市/地方等)

○旅行形態(個人/団体)

○所得層

○特定集団(趣味等)

(富裕層/余裕層/中間所得層)

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
		<b>共通コンテンツ：■グルメ、ショッピング、都市景観、自然、歴史・文化</b>
韓国	20～30歳代若者層 (個人旅行中心) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ：大都市及び周辺地方、地方都市への誘客</b> ■週末、お手頃価格で行ける日本の都会の魅力 ■温泉、グルメ、ショッピング、アニメや漫画等、若者に人気のコンテンツ ■大都市から気軽に行ける周辺都市、地方都市で日本だけの特別な体験(祭り、花火、イルミネーション、夜景等)
	家族層 (個人旅行中心) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ：幅広い世代で楽しめるスポットや施設体験</b> ■韓国で人気が高まっている登山やトレッキング、キャンプ等アウトドアレジャー ■教育熱心な韓国の家族に魅力的な体験して学べる施設 ■温泉をはじめとする癒しの施設やスポット、グルメなど、親孝行旅行が盛んな韓国向けならではの魅力
	40～60歳代余裕層 (個人旅行中心、リピーター層) 【潜在的ボリューム層】	<b>訴求テーマ：日本の癒し</b> ■質の高いサービスを楽しむことができる旅館 ■季節ごとの美しい自然景観や旬の食材による美食 ■日本人こだわりの技術や文化 ■夫婦、友達、同好会等の小グループ旅行として楽しめる、温泉、ゴルフ、グルメ等
中国	大都市圏在住の30～40歳代家族層 (団体旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ：家族とともに楽しむ多様な日本</b> ■桜、花畑、雪、紅葉といった日本の美しい自然景観、季節の変化 ■カメラ、時計等精密機器、化粧品等のショッピング ■テーマパーク、クルーズ
	大都市圏在住の1980年代生まれの女性 (個人旅行、リピーター層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ：上質な日本の魅力を体現する「旅館」の体験</b> ■温泉、美食、伝統(浴衣・建築)、おもてなし等 ■アート、ライフスタイルを含むファッション ■リラックス、健康(自然・アクティビティ)
	教育旅行(中・高校) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ：日本の技術体験や日本人との交流</b> ■最先端技術が詰まった日本の工場見学 ■学校訪問、民宿での滞在等を通じた日本人とのふれあい

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
台湾		<b>共通コンテンツ:</b> ■四季の体感
	20～30歳代若者層 (個人旅行中心、リピーター層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ:新しい観光魅力</b> ■地方の観光地、祭りなどの未知のスポット発掘 ■B級グルメなどの食、自然や温泉などのリラクゼーションを体験 ■最先端の流行・ハイテク、鉄道、サイクリングなどの特定コンテンツ ■化粧品、ファッション等日本ブランドのショッピング
	40歳代家族層 (団体旅行中心、リピーター層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ:3世代の家族旅行</b> ■家族との触れ合いを大切に、安心・安全の旅 ■テーマパーク ■質の高いサービスを享受でき、浴衣を楽しめる旅館体験 ■田舎体験 ■医薬品、家電製品など高品質な生活用品のショッピング
	教育旅行 (団体旅行、初訪日層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本人との触れ合い</b> ■日本の高校との青少年交流 ■伝統文化体験と学び ■安心・安全 ■日本人の生活体験(ホームステイ)
香港		<b>共通コンテンツ:</b> ■レンタカーと鉄道で発見する新しい日本の魅力
	30～40歳代家族層 (個人旅行、リピーター層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ:上質な日本の魅力及び日本ならではの体験</b> ■その土地ならではの食材や、職人の技が詰まった和食 ■台湾や韓国と差別化する上質な温泉旅館 ■雪遊び体験、料理体験、果物狩り等
	20歳代カップル (個人旅行、リピーター層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本ならではのショッピングと体験</b> ■雪遊び体験、料理体験、果物狩り等 ■ラーメン、たこ焼き、焼きそばなど地域色があり、手軽に楽しめるB級グルメ ■化粧品、ファッション等日本ブランドのショッピング
	日本語学習者 (団体旅行、初訪日層) 【潜在ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本人との交流とポップカルチャーの魅力</b> ■日本人の生活体験(ホームステイ) ■マンガ、アニメ、ドラマ、映画など若者に人気のコンテンツ

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
タイ		<b>共通コンテンツ:</b> ■四季の体感、多様な日本の食文化、温泉体験、多種多様なショッピング
	首都圏居住の富裕層 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本の多様性</b> ■訪日に興味がある者の関心が高い日本食、温泉体験、季節ごとの美しい自然景観、ショッピング、歴史・伝統文化(神社・仏閣)
	首都圏居住の中間所得層 (団体旅行、初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ:「ちょっとした楽しみ」の体験</b> ■リーズナブルに楽しめる日本食、温泉体験、季節の体感、ショッピング等 ■家族で楽しめるテーマパーク等
	首都圏居住の20歳代 (初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ:ビザ免除により「身近に行ける日本」</b> ■日本食、温泉体験、ショッピング、自然景観、アニメ等、20代に関心の高いコンテンツ
	地方都市の富裕層 (団体旅行、初訪日層) 【潜在的ボリューム層】	<b>訴求テーマ:「ちょっとした楽しみ」の体験</b> ■初訪日を想定してタイの旅行シーズンと重なる桜鑑賞等の四季の魅力等
シンガポール	30~40歳代富裕家族層 (リピーター層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本ならではの美しい自然景観・体験</b> ■桜や雪、富士山といった日本ならではの自然景観、地域ごとに特色ある本場のご当地グルメ ■日本ならではの体験(果物狩り、そば打ち、サンプル作り体験等)
	20~30歳代独身女性 (個人旅行) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ:個人旅行として気軽に楽しめる「大都市及び周辺都市」の魅力</b> ■大都市(日本食、多種多様なショッピング)+周辺都市(リラクゼーションとしての温泉、自然)の魅力 ■流行に敏感な「女子」の訪日意欲を掻き立てる最新コンテンツ(流行のショッピングスポット、カフェ、ファッション、美容等)
	教育旅行 (団体旅行、初訪日層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ:日本の技術体験や日本人との交流</b> ■学校交流などを通じた日本人との触れ合い ■最先端技術が詰まった日本の工場見学等

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
マレーシア	中華系(家族層) (団体旅行中心、初訪日層) 【最大ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本人の生活習慣、おもてなし</u> ■日本人の生活に溶け込んでいる温泉文化、自然景観(桜、花畑、雪、紅葉)等 ■日本人の作品といえる盛り付けや器にもこだわる繊細な日本食、食の多様性等
	中華系(若者層) (個人旅行中心、初訪日層) 【準ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本の若者のライフスタイル</u> ■テーマパーク等、若者層に人気のコンテンツ ■日本独自のファッションブランドや、ショッピング、安価で楽しめるグルメ等 ■東京、大阪、京都といった都市部の観光地を低廉に楽しめるコンテンツ
	中華系(若者層) (個人旅行中心、リピーター層) 【準ボリューム層】	訴求テーマ: <u>新たな日本の魅力、新たな訪問地への誘致</u> ■地方都市の温泉、自然景観など ■安価でもおいしい日本食、電化製品などのショッピング
	社員旅行 (団体旅行、初訪日層) 【準ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本の技術体験</u> ■企業向けの特別対応 ■最先端技術等が詰まった日本の工場見学等
	ムスリム層 (団体旅行中心、初訪日層) 【潜在ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本人の生活習慣、ムスリムフレンドリーなおもてなし</u> ■日本独自のファッションブランド、ショッピング ■テーマパーク ■礼拝所やムスリム対応レストラン
	教育旅行 (団体旅行、初訪日層) 【将来的ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本人学生の生活習慣・日本のものづくり</u> ■日本人の学生生活の体感(自ら掃除を行う日本人学生など) ■産業観光等を通じ、日本の技術体験(社会問題、環境問題等への日本の取組み) ■学校交流(日本人学生の考え方、協調を大切にしている日本ならではの気質)
インドネシア		共通コンテンツ: ■多様な日本食の魅力
	首都圏在住の富裕層、余裕家族層 (団体旅行中心・リピーター層) 【最大ボリューム層】	訴求テーマ: <u>四季の自然体験や家族で楽しめる日本ならではの体験</u> ■自然景観(桜、花畑、雪、紅葉) ■低廉かつ高品質なショッピング(アウトレット等)、家族で楽しめるテーマパーク
	大都市在住の富裕層、余裕家族層 (団体旅行中心・初訪日中心) 【準ボリューム層】	
	大都市在住の20~30歳代若者層 (個人旅行中心、初訪日層) 【潜在ボリューム層】	訴求テーマ: <u>最先端の都市の街歩き</u> ■都市部の街歩き、低廉かつ多様なショッピング(100円ショップ等)

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
ベトナム	富裕層・中間所得層 (団体旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	訴求テーマ: <u>四季の体感や日本ならではの体験</u> ■桜、紅葉、雪などの自然景観 ■高品質なショッピングなど
	20歳代若者層 (個人旅行、初訪日層) 【潜在的ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本の若者のライフスタイル</u> ■多様な日本食の魅力やライフスタイル ■アニメや漫画等、若者に人気のコンテンツ
フィリピン	30～40歳代富裕家族層 (団体旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	訴求テーマ: <u>四季の体感や日本ならではの体験</u> ■桜、紅葉、雪などの自然景観 ■高品質なショッピングなど
	20歳代若者層 (個人旅行、初訪日層) 【潜在的ボリューム層】	訴求テーマ: <u>日本ならではの体験</u> ■多様な日本食の魅力や高品質なライフスタイル ■アニメや漫画等、若者に人気のコンテンツ
インド	30歳代男性ビジネス客 (初訪日層) 【最大ボリューム層】	訴求テーマ: <u>大都市近郊の魅力</u> ■多様な日本食 ■ビジネス後の小旅行として楽しむテーマパーク、ショッピング等
	大都市圏の富裕層 (団体旅行、初訪日層) 【潜在ボリューム層】	訴求テーマ: <u>ゴールドルートを中心に日本を代表する魅力</u> ■美しい自然景観 ■日本が誇るテクノロジー(新幹線等) ■歴史的建造物

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
豪州	家族層 (個人旅行中心、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ①: 季節型と通年型のコンテンツ</b> ■既に知名度がある桜に加え、紅葉といった訪日の具体的なきっかけとなるコンテンツ ■季節に関わらない日本食、歴史文化体験(神社仏閣・日本庭園)、テーマパーク等 <b>訴求テーマ②: 新規ディステーションの開拓</b> ■従来豪州での認知が高くなかった地域での日本食、街並み、文化体験等。
	ウィンタースポーツ層 (個人旅行中心) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: スノーアクティビティと日本ならではの食・温泉</b> ■パウダースノー、多様な日本食、温泉体験
	高齢富裕層 (初訪日層) 【潜在的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 歴史・文化体験</b> ■上質な施設、サービスの提供(温泉・旅館) ■歴史、文化体験(茶道、着付けなど)、桜、紅葉、クルーズ体験等
	教育旅行 (団体旅行中心、初訪日層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 文化交流と日本人との触れ合い</b> ■提携校・姉妹都市との交流、歴史、文化体験(工芸制作等)
米国		<b>共通コンテンツ:</b> ■桜、祭り、日本食、伝統文化、寺社仏閣、体験型メニュー
	高所得者層 (個人旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本でしかできない極上の体験(Only in Japan)</b> ■日本食、街歩き、歴史・伝統文化、体験型コンテンツ(伝統系(工芸制作、着付け等)、アクティビティ系(ハイキング、サイクリング等))、鉄道旅行
	アジア系 (団体旅行、リピーター層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 地方の魅力の堪能</b> ■地方都市における日本食、温泉、新たな地方観光地や観光施設
	中間所得層、国際線通過旅客 (個人旅行、初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: お得で満足度の高い体験(Affordable Japan)</b> ■日本の景観、歴史文化、グルメ、街歩きの情報、Affordable且つ快適に楽しむためのヒント
	親睦団体(大学同窓会、美術館・博物館 会員組織等) (団体旅行、初訪日/リピーター層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 専門的な学び</b> ■日本食、専門的な学びの対象としての歴史・文化・芸術、特別な体験、日本人との交流
日本語学習者 (団体旅行、初訪日/リピーター層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本の歴史・文化体験</b> ■歴史・文化、テクノロジー、ポップカルチャー、同世代の日本人との交流	

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
カナダ		<b>共通コンテンツ:</b> ■桜、祭り、日本食、伝統文化、寺社仏閣、体験型ベニュー
	都市圏在住の中間所得層 (個人旅行中心、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本食、伝統文化と大都市の魅力</b> ■ 伝統文化と現代文化のミックス(神社仏閣、日本庭園等) ■ 多様な日本食
	都市圏在住の富裕層 (初来日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本ならではの自然体験・文化体験</b> ■ 四季(桜・紅葉)と豊かな自然 ■ 伝統文化(神社仏閣・文化体験)、近代的大都市
	20歳代若者層(特に女性) (個人旅行中心、初来日層) 【潜在的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 大都市と現代文化(クールジャパン・ポップカルチャー)、アクティビティ</b> ■ ファッション、アート、ライフスタイル ■ スキー、パウダースノー、ビーチリゾート等のアクティビティ
英国	30~40歳代高学歴層 (個人旅行中心、初来日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 伝統と現代の融合</b> ■ 桜や紅葉、温泉旅館、日本食、B級グルメ ■ 現代アート、建築、都市のネオン等
	50~60歳代余裕層 (初来日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 四季と歴史・伝統文化</b> ■ 桜や紅葉、富士山 ■ 温泉旅館、神社仏閣、日本庭園等
	ウィンタースポーツ層 (個人旅行中心、初来日層) 【潜在的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: パウダースノーと日本ならではのアフタースキー</b> ■ 温泉旅館、日本食、スノーモンキー等 ■ パウダースノー

市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
フランス	30～40歳代高学歴層 (個人旅行中心、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 伝統と現代の融合</b> ■ 伝統文化と現代文化のミックス(神社仏閣、現代的都市景観) ■ 多様な日本食
	50～60歳代余裕層 (初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 四季と伝統文化、癒し</b> ■ 伝統文化(神社仏閣、日本庭園等)、美しい自然景観(桜や紅葉) ■ 旅館体験等「落ち着き、くつろぎ」といった癒し ■ 日本食、健康
	20歳代若者層、ポップカルチャー愛好家 (個人旅行中心、初訪日層) 【将来的ボリューム層】	<b>訴求テーマ: ポップカルチャーやアニメ等の現代文化、日本食、日本酒、アウトドア</b> ■ アニメや漫画、ゲーム等、若者に人気のコンテンツ ■ ファッション、アート、ライフスタイル等最先端の流行・ハイテク ■ 日本食、B級グルメ、日本酒
ドイツ	30～40歳代 (個人旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 伝統と現代の融合</b> ■ 伝統文化と現代文化のミックス(神社仏閣、現代的都市景観) ■ 「本物」の日本食体験 ■ 伝統文化としての日本文化体験(茶道、着付け等)
	50～60歳代余裕層 (個人旅行、初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 四季と伝統文化、癒し</b> ■ 美しい自然景観(桜や紅葉、富士山等) ■ 伝統文化(神社仏閣、日本庭園等) ■ 旅館体験等、「落ち着き、くつろぎ」といった癒し体験
	50～60歳代富裕層 (個人旅行、初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本でしか出来ない特別な体験、おもてなし</b> ■ 質の高いサービスを楽しむ旅館、温泉、日本食 ■ 伝統文化としての日本文化体験(茶道、着付け等)



市場	主要ターゲット層	訴求コンテンツ等
ロシア		<b>共通コンテンツ:</b> ■ 神社仏閣、相撲、日本食、温泉、桜や紅葉、自然景観
	中央ロシア在住の20~40歳代 (初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本独自の文化体験</b> ■ 伝統文化と現代文化のミックス(神社仏閣、現代的都市景観)
	極東在住の20~40歳代 (初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 日本独自の体験とショッピング</b> ■ ビーチリゾート、ウィンタースポーツ ■ 健康食品、サプリメント・電化製品等のショッピング
欧州等 (潜在市場)		<b>共通コンテンツ:</b> ■ 桜と紅葉、異文化体験
	30~40歳代高学歴層 (個人旅行、初訪日層) 【最大ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 伝統と現代の融合</b> ■ 伝統文化と現代文化のミックス(神社仏閣、現代的都市景観) ■ 多様な日本食
	50~60歳代余裕層 (初訪日層) 【準ボリューム層】	<b>訴求テーマ: 四季と伝統文化、癒し</b> ■ 伝統文化(神社仏閣、日本庭園等)、美しい自然景観(桜や紅葉) ■ 旅館体験等「落ち着き、くつろぎ」といった癒し ■ 日本食、健康