

国際観光振興会による海外宣伝、情報提供

訪日旅行促進キャンペーン

メディアを活用（TVコマーシャル、新聞雑誌広告、旅行エージェントの日本への招請等）した訪日旅行促進キャンペーン

平成12年度 韓国、中国、香港、英国、米国において、
延べ約1億4,700万人の一般消費者（視聴者・読者）に
訪日旅行の魅力を訴求

海外メディアへの取材協力

海外の新聞、雑誌、テレビ等のメディア関係者に取材協力し、記事・番組の掲載、放映

平成12年度 延べ約1億人の一般消費者に訪日旅行の魅力を訴求

インターネットでの情報発信

ホームページによる日本の観光情報の発信

平成12年度 約1,100万件のアクセス（ページビュー）
（なお、平成13年度からは言語を英語から韓、中国語（簡・繁）に拡充
した結果、10ヶ月（4-1月）で既に約1,700万件のアクセス）

海外宣伝事務所における照会、相談への対応

平成12年度

事務所	一般消費者	旅行会社
アジア	44,796人	2,039件
オセアニア	8,175	175
欧州	44,474	5,834
米州	56,070	7,609
合計	153,515人	15,657件

（参考）諸外国の観光宣伝機関の定員、予算

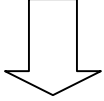
国	観光宣伝機関	組織定員	予算額(億円)	国際旅行収入(億ドル)
フランス	仏政府観光局	271(人)	58.8(2000)	317.0(1999年世界3位)
イタリア	伊政府観光局	280	33.6(1998)	283.6(同4位)
イギリス	英国政府観光庁	455	94.8(2000)	209.7(同5位)
ドイツ	ドイツ観光局	154	38.1(2000)	168.3(同6位)
カナダ	カナダ観光局	145	118.2(2001)	100.3(同9位)
オーストラリア	豪政府観光局	201	94.2(1999)	75.3(同13位)
香港	香港政府観光局	372	92.2(1999)	72.1(同15位)
韓国	韓国観光公社	680	85.7(2001)	56.2(同20位)
日本	国際観光振興会	109	34.4(2002)	34.3(同31位)

国際観光振興会ホームページ

トップページ
からの展開例

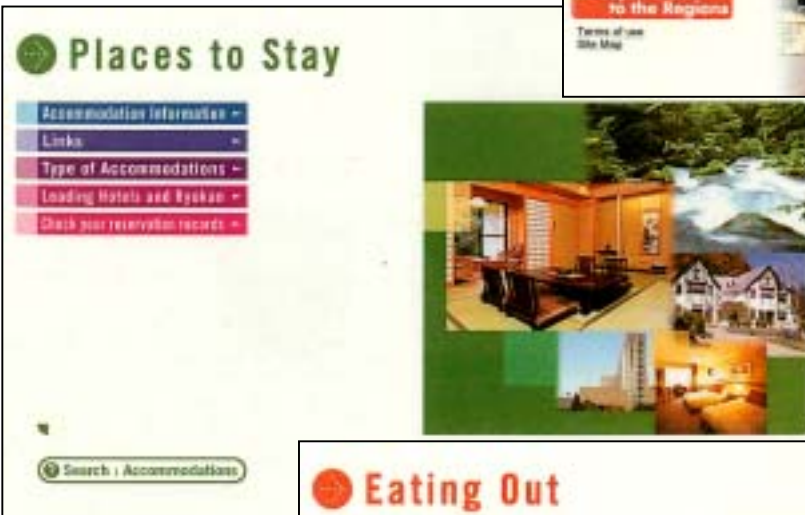
[Places to Stay](#)
[Eating Out](#)
[Things to Do](#)

項目毎にクリックして展開



トップページ

Places to Stay



Eating Out



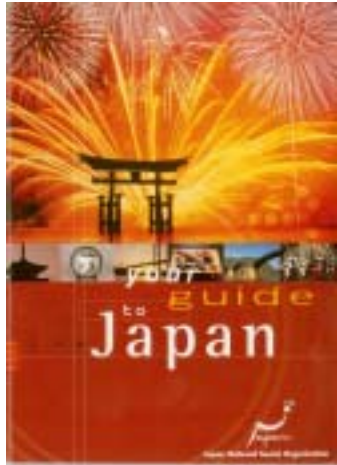
Things to Do



国際観光振興会作成パンフレット

日本紹介冊子「your guide to Japan」

表紙



名所・旧跡



食事・市場・祭り



交通機関



温泉・和食



鉄道旅行
モデルルート



買い物・
観光案内所



国際観光振興会のホームページ



国際観光振興会作成パンフレット

W杯開催10都市紹介

CD-ROM

パンフレット

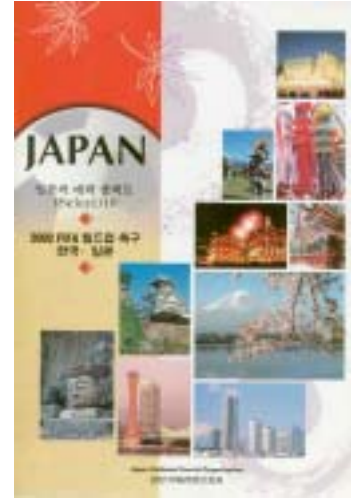


内側



外側

表紙



目次



地図



横浜

大阪

表

裏