

人口：5,185万人
 1人あたりGDP：31,431米ドル
 アウトバウンド数：2,871万人
 訪日数：558万人
 *2019年推計値

1 基本方針

リピーター層（2018年：67%）*の誘客強化に向け、新たな目的地として地方エリアを訴求。
 これと並行し、新規訪日層継続獲得のため、主要訪日エリアである大都市圏の情報発信の強化・深化。
 *訪日外国人消費動向調査より

2 ターゲット

ターゲット	課題/対応	3との関係	主な訴求テーマ
若者層 主に20～30代 年代別の最大ボリューム層	リピーターの取込 ・多様化するライフスタイルやニーズに合わせ、訪日旅行ならではの価値『Only In Japan』を感じられる多彩な旅行テーマを発信 訪問の少ない地方への誘客強化 ・航空会社との連携により、『地方路線+α滞在(日数延長・エリア拡大)』等、新たな旅行スタイルを提案 ・航空会社・旅行会社等との連携により、東北・北陸・中国・四国地方等への旅行商品の造成・販売を支援	① ②	「それぞれの旅行スタイルに合わせた自由な旅」 一人旅・女子旅・グルメ巡り +α滞在(日数延長・エリア拡大) LCCで行く気楽な旅・SNS映え・話題性
家族層 30代以上の 旅行形態として最多	大都市プロモーションの実施 ・東京、大阪、福岡など大都市圏及びその近郊の情報発信の強化・深化により訪日旅行者数、滞在日数を維持・拡大 ・航空会社・旅行会社等との連携により旅行商品の造成・販売を支援	③ ④	「安心して上質な日本旅行」 レンタカーを利用したドライブ旅行 大人の親子旅行 スモールラグジュアリー
余裕層・SIT 潜在訪日層	口コミによる情報拡散 ・訴求力や話題性を重視した高品質なクリエイティブの活用 ・SNS等におけるインフルエンサーの活用	① ②	「趣味を満たす安らぎ旅」 ゴルフ、登山、釣り等 スローライフの旅 (温泉・グルメ・日本酒等) 小確幸の旅 (小さくても確かな幸せ) の旅

3 取組の方向性

	2018年度	2019年度	2020年度
① リピーターの取込	現地のトレンドを反映した旅行テーマの発信		
② 地方誘客の強化	商談機会提供による旅行商品の造成・販売支援 航空会社・旅行会社等との共同プロモーション		
③ 大都市プロモーションの実施	WEB・SNS媒体での情報発信強化（インフルエンサーの活用等）		
④ 口コミによる情報拡散促進			