

## 1 基本方針

人口：756万人  
 1人あたりGDP：49,334米ドル  
 アウトバウンド数：1,297万人  
 訪日数：229万人

\*2019年推計値

既に成熟している香港市場（2018年：個人観光91.4%、リピーター率85.1%、シェア率17.4%\*）においては、更なるリピーターの確保及び訪日回数の上積みを図るとともに、未訪日層の掘り起こしの取組を強化する。

\*訪日外国人消費動向調査、香港の空路出境者数から推計

## 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
20～40代 (最大ボリューム層)	<p><b>「生涯デスティネーション」プロモーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年齢や同行者が変わっても「また来たくなる」、多様な旅行スタイルの提案</li> </ul> <p><b>テーマ性のあるプロモーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の限定イベントやコンテンツをリアルタイムに発信</li> <li>富裕層を含めた香港人目線での情報発信を強化</li> </ul> <p><b>地方路線拡大に向けたプロモーション</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>道東、東北、北陸、中国、四国など地方への直行便の新規就航・路線定着を支援</li> <li>地方自治体の路線誘致活動を支援</li> <li>レンタカーの利用促進</li> </ul>	①	<p><b>「友人旅行」</b>                      「ゆるたび」（癒し、リラックス）                      趣味の追求（アウトドアアクティビティ）</p> <p><b>「夫婦・カップル旅行」</b>                      デートスポット（夜景、公園）                      ウェディング（挙式、フォト）</p> <p><b>「家族旅行」</b>                      子連れ旅行（テーマパーク、文化体験）                      親孝行旅行（温泉、食）</p>
未訪日層 (10～20代)	<p><b>未訪日層の掘り起こし</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>OTA、LCC等と連携して、気軽な訪日旅行商品を訴求</li> </ul>	②	<p><b>「ゲートウェイ都市」</b>                      ショッピング、テーマパーク、日本食</p>

## 3 取組の方向性

- ① テーマ性のあるプロモーション  
地方路線拡大に向けたプロモーション
- ② 未訪日層の掘り起こし

2018年度	2019年度	2020年度
	SNS等を通じたタイムリーな情報発信	
	共同広告等による地方旅行商品の造成・販売支援	
	現地航空会社、地方自治体のマッチング支援	
	OTA、LCC等との共同プロモーション	