

1 基本方針

増加してきている個人旅行者層（2018年：78.3%*）向けのプロモーションを強化するとともに、一定数の訪日が見込める団体層の底上げを図る。JNTO事務所による現地ネットワーク形成・ニーズ把握を更に強化する。

*訪日外国人消費動向調査より

人口：3,280万人
1人当たりGDP：11,137米ドル
アウトバウンド数：非公表
訪日数：50万人

2 ターゲット

*2019年推計値（アウトバウンド数は2018年）

ターゲット	課題/対応	3との関係	主な訴求テーマ
中華系個人旅行層 (主に20～30代)	個人旅行者向けのプロモーション強化 ・公式WEB、SNSを活用し、興味関心の高いコンテンツの情報をリアルタイムに発信 ・LCC等と連携し、訪日旅行を促進	①	ゲートウェイ都市+近郊地方 ショッピング、街歩き等の都市観光 都市圏近郊の自然景観、日本食等
中華系団体旅行層 (首都クアラルンプール)	団体旅行者層の底上げ ・旅行会社に対し、地方の魅力をはじめ各地の観光資源に関するタイムリーな情報発信を行い、新商品の造成・販売を促進 ・旅行会社、航空会社等との連携を通じ、ピークシーズン（3月下旬～4月、11月末～12月末）以外の時期の商品造成・販売も促進	②	地方の魅力 自然景観、四季、日本食等
中華系団体旅行層 (ペナン等地方主要都市)		②	ゲートウェイ都市 +日本らしい景勝地 ショッピング、街歩き等の都市観光 日本食、桜等の日本らしい景勝地
ムスリム層 (人口最大ボリューム層)	ムスリム向け情報発信の強化 メディア招請等を通じてムスリム目線での情報発信	③	ムスリム層への情報発信 ムスリムに配慮した食事等の情報発信、自然景勝地観光、四季の魅力等

取組の方向性
地方部の拡大

3 取組の方向性

2018年度

2019年度

2020年度

① 個人旅行者向けのプロモーション強化

WEB・SNSを活用した情報発信 + LCC等との連携

② 団体旅行者層への底上げ

旅行会社等と連携した団体商品の造成、販売促進

③ ムスリム層への情報発信

メディア招請等を通じてムスリム目線での情報発信