

## 1 基本方針

主流である家族旅行層をはじめとする個人旅行者（2018年：95.5%\*）のニーズに対応していくとともに、広く利用されているSNS等を活用した取組を強化する。JNTO事務所の新設に伴い、現地ネットワーク形成・ニーズ把握を強化する。

\*訪日外国人消費動向調査より

人口：10,831万人  
1人当たりGDP：3,294米ドル  
アウトバウンド数：570万人  
訪日数：61万人

## 2 ターゲット

\*2019年推計値（アウトバウンド数は2016年）

地方都市にも拡大

ターゲット	課題／対応	3との関係	主な訴求テーマ
高・中所得家族層 (最大ボリューム層)	<b>情報発信内容・手法の改善</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い口コミ効果を狙って、著名人やWebサイト、SNSの活用等を通じ、フィリピン人目線での情報発信を強化</li> <li>首都マニラの他、セブ、ダバオ等の地方都市での発信強化</li> </ul>	①  ②	<b>大切な家族との一生の思い出となる旅行</b> 都市観光、文化的・歴史的スポット、ショッピング、日本食、テーマパーク、都市圏からの日帰り観光
20～30代若者層 (SNS等を活用したアプローチが有効)	<b>個人旅行者向けプロモーションの強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>個人旅行者のニーズに対応するため、モデルルート、二次交通情報等の発信を強化</li> <li>東京・大阪に次ぐデスティネーションを訴求するため、地方の魅力発信</li> </ul>	①  ②	<b>仲間との絆を深める旅行</b> SNS映えする四季の自然景観・地方観光スポット、スノーアクティビティ、日本食、ポップカルチャー

## 3 取組の方向性

①

情報発信内容・手法の改善

2018年度

著名人やWebサイト、SNS等の活用

セブ、ダバオ等の地方都市での発信強化

2019年度

②

個人旅行者向け  
プロモーションの強化

個人旅行者のニーズに合った情報発信の強化

地方の魅力発信強化

2020年度