

1 基本方針

旅行会社を通じた訪日旅行手配率（2018年：70%*）を踏まえ、魅力的な訪日旅行商品の造成を促進する。未訪日層向けには認知度の向上、競合国との差別化を図る。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：9,549万人
1人当たりGDP：2,740米ドル
アウトバウンド数：非公表
訪日数：50万人
*2019年推計値

2 ターゲット

プロモーション手法によるターゲット設定

ターゲット	課題/対応	3との関係	主な訴求テーマ
高・中所得層の 40～50代 (旅行会社・航空会社等を 活用したアプローチが有効)	魅力的な訪日旅行商品造成の促進 旅行会社招請、商談機会の提供等により、魅力的な訪日旅行商品の造成を促進 ・旅行会社向けの情報、商談機会提供 ・観光関連団体と連携した新鮮な情報発信 未訪日層の開拓 認知度の向上、廉価な商品を持つ競合国との差別化を図る ・Webサイト、SNSや著名人を活用した情報拡散を促進 ・イベントや即売会で「日本でしか味わえない魅力」をPR	①	「憧れの日本を体験する旅」 自然景観（桜・紅葉・雪）、 日本文化体験、日本食、 ショッピング
高・中所得層の 20～30代 (Web・SNSを 活用したアプローチが有効)	認知度の向上、廉価な商品を持つ競合国との差別化を図る ・Webサイト、SNSや著名人を活用した情報拡散を促進 ・イベントや即売会で「日本でしか味わえない魅力」をPR	②	「憧れの日本を体験する旅」 自然景観（桜・紅葉・雪）、 日本文化体験、日本食、 ショッピング

3 取組の方向性

	2018年度	2019年度	2020年度
① 魅力的な訪日旅行商品の造成		観光関連団体と連携した新鮮な情報発信 (旅行会社招請、セミナー・商談会等による訪日旅行商品造成の促進)	
② 未訪日層の開拓		イベントや即売会で「日本でしか味わえない魅力」をPR Webサイト、SNSや著名人を活用した情報発信	

主要関連イベント

日越外交関係
樹立45周年