

## 1 基本方針

日本の旅行先としての認知度不足を解消し新規訪日需要を開拓するとともに、近年見られる訪日旅行に対する関心の高まりを漏れなく訪日誘客につなげられるよう情報発信を強化する。

人口：6,687万人  
 1人当たりGDP：41,030米ドル  
 アウトバウンド数：7,039万人  
 訪日数：42万人

## 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
20~30代個人旅行層 (最も海外旅行者が多い世代)	高度な市場分析に基づく魅力的なコンテンツの提示、ウェブを含む各種媒体の戦略的活用、デジタルマーケティング技術の活用等を通じ、一般向け情報発信を強化。	② ③	伝統・現代文化体験、日本食、自然・景勝地
高所得者層	旅行商品多様化のための造成支援、情報発信強化、販売員向けの研修等による販売支援、旅行会社とのネットワーク拡充。	② ③	高級旅館での滞在、温泉、四季、自然等（特に体験型のもの）
スポーツ愛好者層	メガスポーツイベントを契機とした訪日促進。	② ③	アウトドア（トレッキング、ウィンタースポーツ等）、ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック
訪日無関心・低関心層	デジタルマーケティング技術を活用し、特に効果の高いパッション（興味関心）に係る広告、招請事業等を重点的に展開。	①	日本食、リラクゼーション、自然等

## 3 取組の方向性

2018年度

2019年度

2020年度

① 旅行先としての日本の認知度向上

ローンチ  
 動画配信、ウェブ・TV等広告

大型訪日キャンペーン

効果測定等に基づき、対象地域、媒体、コンテンツ等の追加・見直し

② 効果的な誘客推進のためのプロモーション戦略の高度化

(外部コンサルの活用)  
 市場調査・動向分析、ターゲティング・訴求コンテンツ等戦略見直し

③ 情報発信の強化

(外部PR企業の活用)  
 【BtoC】 訴求力向上（魅力あるコンテンツ、インフルエンサー活用、デジタル・マーケティング等）、メディア露出拡大（プレスリリースの質向上、戦略的訪日招請等）、関係企業等との連携による相乗効果（閑散期対策、日本関連イベント協力等）  
 【BtoB】 訪日旅行に対する関心向上（訪日招請等）、情報・研修ツールの拡充（ウェブ、E-learning等）

主要関連イベント

ラグビーワールドカップ  
 東京オリンピック・パラリンピック  
 英国における「日本文化年間」（19年秋~20年夏）