

## 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、中規模都市が国内に点在する市場特性を踏まえ、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：8,297万人  
1人当たりGDP：46,564米ドル  
アウトバウンド数：10,854万人  
訪日数：24万人

## 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	日本食、自然、アウトドア、 伝統・現代/生活文化体験、 地方の魅力
旅行会社利用層	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	旅館等での滞在、日本食、伝 統・現代文化体験、地方の魅 力
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、自然、芸術等

新規

## 3 取組の方向性

- 1 旅行先としての日本の認知度向上
- 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
- 3 情報発信の強化

主要関連イベント

2018年度	2019年度	2020年度
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	
(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		
(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）		

東京オリンピック・パラリンピック