

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、ローマ新事務所の活動基盤拡充により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：6,036万人
 1人当たりGDP：32,947米ドル
 アウトバウンド数：3,335万人
 訪日数：16万人

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
20~40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/生活文化体験、日本食、芸術、自然景観、地方の魅力
ハネムーン	ハネムーン先として魅力的なコンテンツの充実化、情報発信強化。	② ③	伝統・現代文化体験、高級旅館での滞在等、温泉、日本食、ビーチリゾート
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	□オンチ 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策定	(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の策定		
③ 新事務所の活動基盤拡充を通じた情報発信の強化	(外部PR企業の活用) BtoC、BtoBともに充実した情報発信を実現する活動基盤の拡充 【BtoC】ホームページ、SNS、広告（ウェブ、企業連携による共同広告を含む。） 各種メディア露出（記事・番組等）等 【BtoB】見本市出展、セミナー・E-Learning、訪日招請 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

新規