

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、メキシコシティ事務所開設等を含む中南米地域におけるネットワークの拡大を通じて、訪日誘客及び中南米地域に相当程度存在する高所得者層誘客につなげられるよう情報発信を強化する。

2 ターゲット

ターゲット	課題/対応	3との関係	主な訴求テーマ
高所得者層 (特に家族旅行層、シニア層)	旅行商品多様化のための造成支援、情報発信強化、高所得者層向け旅行会社等とのネットワーク拡充。	① ② ③	伝統・現代文化体験、日本食、ショッピング、街歩き
20~40代旅行者層 (最も海外旅行者が多い世代)	旺盛な好奇心に訴える魅力的なコンテンツの充実、デジタルマーケティング手法の活用等を通じた情報発信の強化。	① ② ③	日本食、伝統・現代文化体験、自然・景勝地、ショッピング

3 取組の方向性

2020年度

1 効果的な誘客推進のためのプロモーション戦略の策定

レップ等を活用した市場調査・動向分析の効果的な継続によるターゲティング・訴求コンテンツ等戦略の策定。

2 旅行先としての日本の認知度向上

旅行博（高所得者層向け含む）への出展、広告宣伝等による訪日旅行への認知・関心を効果的に高める訪日プロモーションを実施。

3 情報発信の強化

【BtoC】訴求力向上（魅力あるコンテンツ、デジタルマーケティング等）、メディア露出拡大、関連企業等との連携（旅行・航空会社との共同広告、日本関連イベントの協力等）
 【BtoB】訪日旅行に関する関心向上（訪日招請、現地旅行会社・メディア等とのネットワーキング推進等）