

# 2018~2020年度 訪日プロモーション全体方針

2020年訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円等の目標達成のためには、訪日旅行者全体の約8割を占めるアジアのみならず、海外旅行市場の大きさに対して訪日旅行者数が十分に大きいとはいえない欧米豪をはじめ、訪日インバウンドの成長が見込まれる全世界の市場からの誘客を実現していくことが必要。

東京オリンピック・パラリンピック開催で高まる日本への注目を最大限活用するため、2018年度よりプロモーション方針を**3カ年**に変更。

2018年度

2019年度

2020年度（オリパラ）

※なお、3年方針期間中（2018~2020年度）、外部コンサルタントを活用した戦略の見直しやマーケット調査結果等を踏まえ、適宜本方針の見直しを行う。

## 3年訪日プロモーション方針のポイント

- 訪日旅行の認知度が高いアジア市場と低い欧米豪市場の違いを考慮し、重点22市場において、個別の市場特性を踏まえてターゲット別に課題・対応策を定め、プロモーションの戦略性を向上させる。
  - アジアにおいて、幅広い層をターゲットにして、**拡大するリピーター層の更なる訪日の促進、多様化する個人旅行ニーズに対応する多彩な旅行テーマの提案、未訪日層の掘り起こしの強化**を実施。
  - 欧米豪を中心に、**新規需要開拓**のため、「長期の海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層（訪日無関心層）」に対し、デジタルマーケティング技術を駆使して訪日旅行への関心・意欲を効果的に高めるプロモーションを推進（**訪日グローバルキャンペーンの本格実施**）。
  - 欧米豪において、**外部コンサルタントを活用**し市場調査等を分析した上でターゲット及び訴求コンテンツ等を見直し、特に訪日無関心層の誘客をより確実にするなど**プロモーションの高度化**を推進。
- **デジタルマーケティングを最大限活用**し、ビッグデータ分析を通じた市場動向把握・プロモーションの高度化を目指す。
- 訪日旅行消費の拡大に向けて、**高所得者層誘客や長期滞在者誘客**を目的としたプロモーションを強化。
- **航空便・クルーズ船の新規路線誘致**等を促進するための取組を推進。
- 自治体等との連携等による多様な魅力の発信により、**地方への誘客を強力に促進**。
- 閑散期対策など、**年間を通じた訪日需要の創出**。