

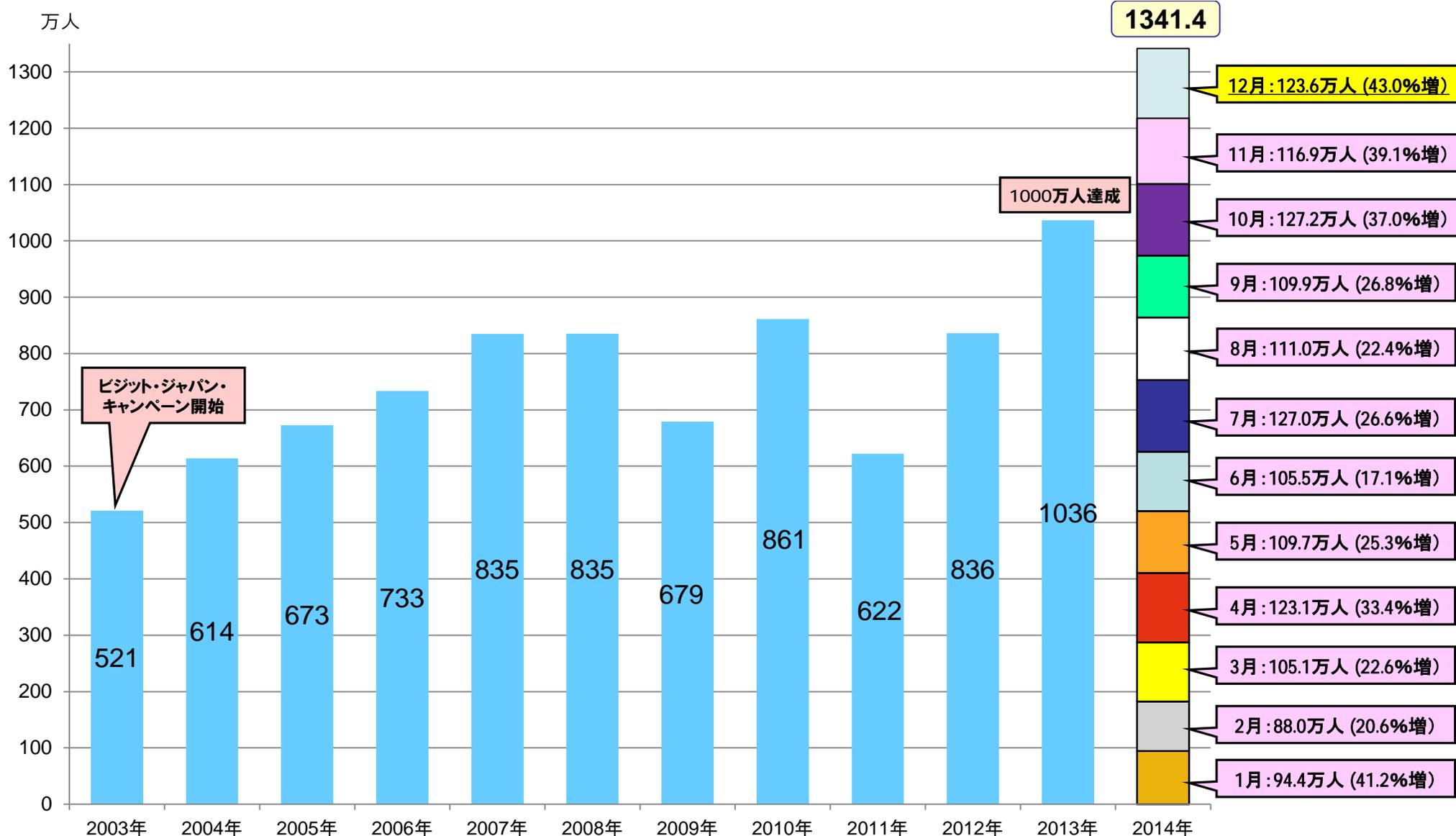
# インバウンド施策(ビジット・ジャパン事業)

---

平成27年1月27日

観光庁

# 訪日外国人旅行者数の推移

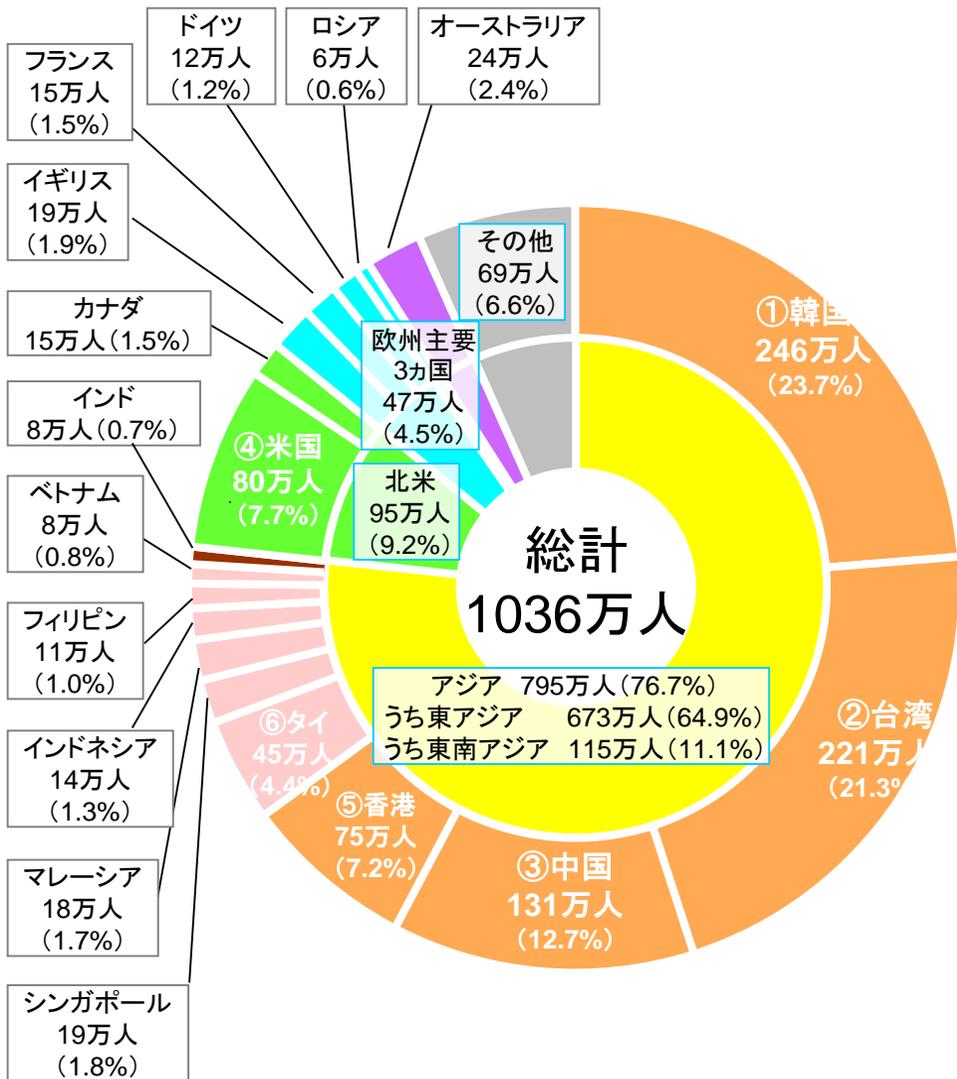


注) 2013年以前の値は確定値、2014年1~10月の値は暫定値、2014年11~12月の値は推計値、%は対前年(2013年)同月比

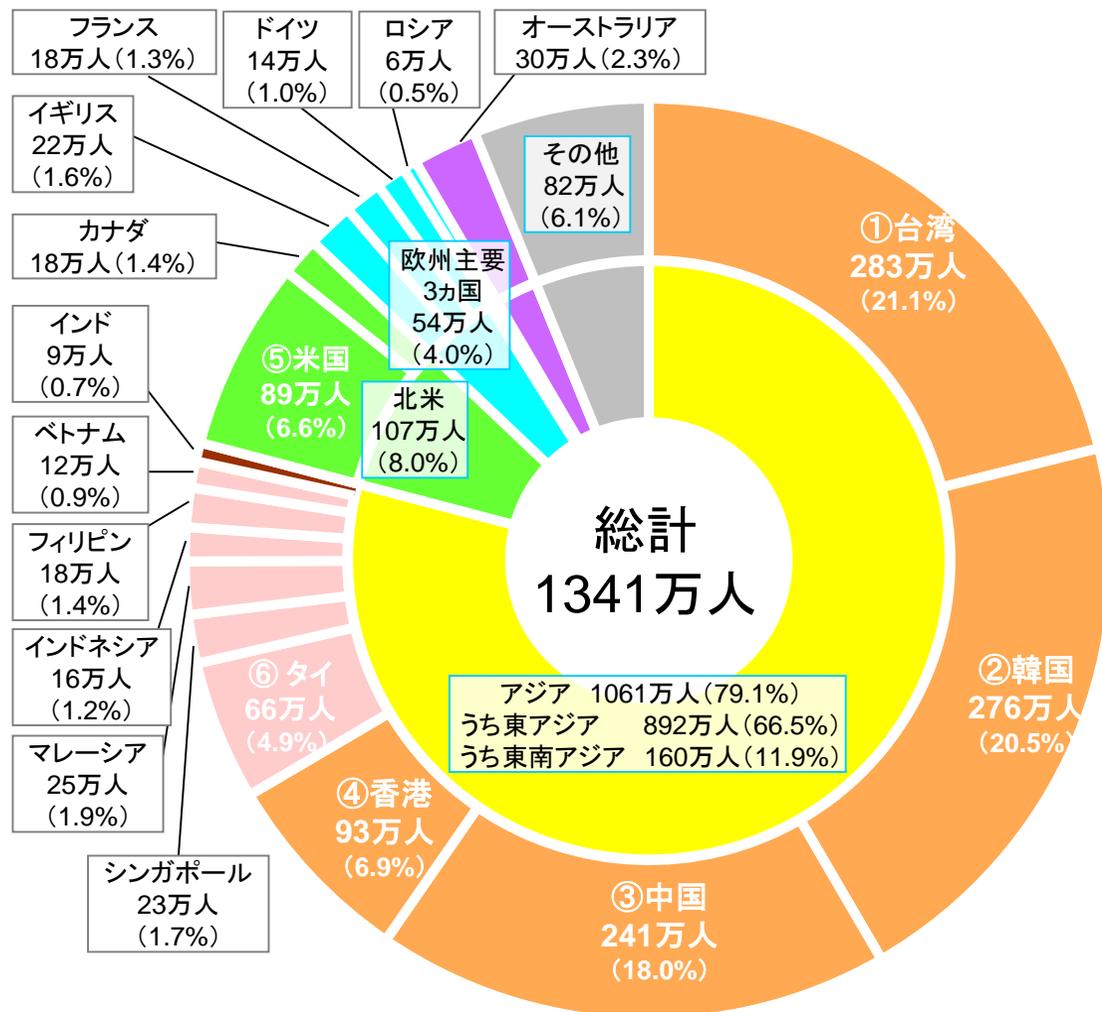
出典: 日本政府観光局(JNTO)

# 訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

【2013年(確定値)】



【2014年(推計値)】

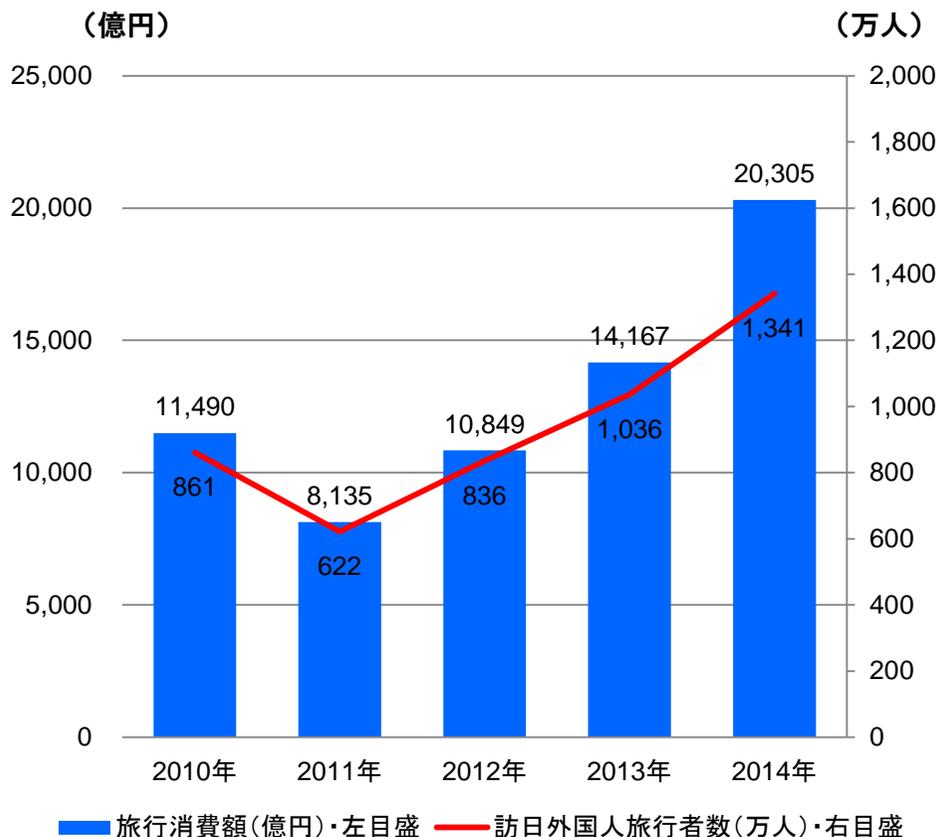


※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によるため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
 ※ 日本政府観光局(JNTO)資料より観光庁作成

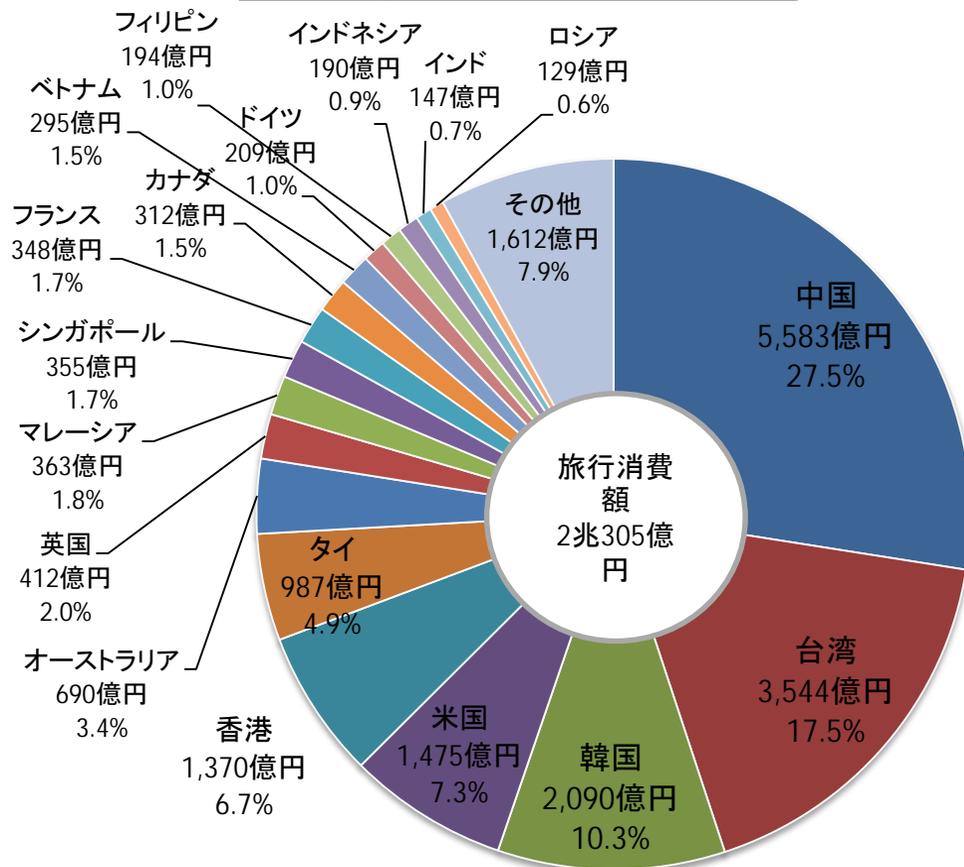
# 2014年の訪日外国人旅行消費額について

- 2014年の訪日外国人の旅行消費額は、前年比43.3%増の2兆305億円。
- 2014年第4四半期の訪日外国人の旅行消費額は、前年同期比52.3%増の5,632億円となり、2四半期連続で5,000億円を超えるとともに、過去最高値となっている。

### 旅行消費額と訪日外国人旅行者数の推移



### 旅行消費額の国籍・地域別構成比



# 訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)

**重点市場(14市場)**  
 韓国・台湾・中国・米国・香港・英・仏・独・豪・加・シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア  
 ※平成26年度補正予算より、6市場追加(フィリピン・ベトナム・インド・イタリア・ロシア・スペイン)

## 現地消費者向け事業

## 現地旅行会社向け事業

- 海外広告宣伝
- 海外メディア招請



新聞、旅行雑誌、WEB等を通じ、現地消費者向けに訪日観光の魅力を発信



現地メディアを日本の観光地へ招請し、帰国後、記事掲載等により訪日観光の魅力を現地消費者向けに発信

- 旅行博出展  
 〈現地消費者向け〉
- 海外旅行会社招請  
 ○ツアー共同広告  
 〈現地旅行会社向け〉



海外旅行に関心を持つ現地消費者へ訪日観光の魅力を旅行博等でPR、併せて訪日旅行商品の即売を支援



現地旅行会社等が一堂に集まる旅行博への出展、商談会等の開催

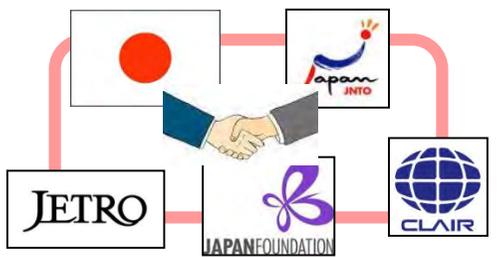


現地旅行会社を日本の観光地へ招請し、訪日旅行商品の造成を働きかけ



観光庁の訪日観光PRと旅行会社の訪日旅行商品広告を共同で実施

## 在外公館等連携事業



◎在外公館等と連携し、オールジャパンの体制による訪日プロモーションを展開

[イベント開催、旅行博出展等]

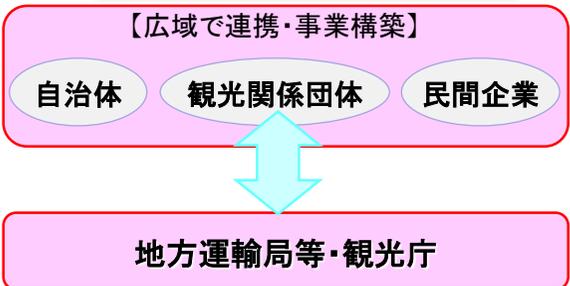
## 官民連携事業



◎海外にネットワークを有する企業と連携し、「日本ブランド」ファンへの訪日プロモーションを展開

[現地店舗・ネットワークを活用した訪日キャンペーン、SNS・WEBを活用したプロモーション等]

## 地方連携事業



◎広域で連携した訪日プロモーションを、地域と国が協同で実施

[旅行会社招請、メディア招請、旅行博出展等]

## クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業の効果的な連携

- 観光庁、JNTO、経済産業省、JETROは、2013年6月に締結した4者共同行動計画に基づき、「ビジット・ジャパン」、「クールジャパン」及び「インベスト・ジャパン」に関する取組について、具体的な連携を推進
- クールジャパン機構とJNTOは、2014年9月5日に連携強化に向けて、業務連携に関する覚書を締結

＜具体的連携の例＞平成26年11月14～16日  
クールジャパン事業と連携して、3つのイベントを同時期に、同じエリアで開催することにより『JAPAN WEEKEND』と称し、タイ・バンコクにおいて効率的にビジット・ジャパン事業を実施

- ①観光庁・JNTO:  
「Visit Japan FIT Travel Fair」
- ②JETRO・PROMIC:  
「J POP Signature in Bangkok 2014」
- ③国際ドラマフェスティバルin TOKYO実行委員会:  
「J Series Festival」



## Tokyo Otaku Mode等と連携しての訪日情報を発信

- 各国で広く利用されている海外アニメファン等向けのサイト(Tokyo Otaku Mode)と、旅行商品予約サイト(Expedia)と連携し、オタクカルチャーの魅力発信から訪日旅行商品購入までを一元化することにより訪日を促進。

＜具体的連携の例＞平成26年8月～(継続中)  
Tokyo Otaku Mode社と、世界最大のオンライン旅行サイトのExpedia社と連携し、特設WEBサイト作成するとともに、訪日プロモーション事業を実施。

- ①WEBサイト上で「アンケートキャンペーン」を実施。アンケートに回答するとExpedia社で使える割引クーポンを提供。
- ②聖地周辺の観光地の映像や「アキバ情報」(アニメ関連店舗等)を掲載。
- ③日本で開催されるアニメ関連イベント等を発信



## 日本産酒類の魅力の発信

- 日本の国際空港(成田・羽田・中部・関西)で、訪日外国人を対象に、日本酒・焼酎の試飲と併せてお酒の製法や飲み方等のお酒に関わる文化を紹介し、日本産酒類の魅力を発信。
- また、酒蔵ツーリズム推進の観点から、見学・体験可能な酒蔵情報等も紹介。

ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン  
開催場所: 成田・羽田・中部・関西空港免税エリア内  
主催 : 酒造組合中央会、各空港会社  
後援 : 国土交通省(航空局)、観光庁、国税庁  
開催期間: 2013年10月1日～(継続中)  
利用状況: 約10.5万人(2014年12月16日迄の集計値)  
※開催日は、空港によって異なる。  
※利用状況人数の集計期間は、空港によって異なる。  
(成田2014年12月4日・羽田12月16日・中部10月31日・関西10月13日迄の期間で集計)

