

# ビジット・ジャパン関連事業予算

## 28年度当初予算

### 戦略的訪日プロモーションの実施

- 歴史や伝統文化をテーマとした欧米等に対するプロモーションを強化
- LCCやクルーズ等の誘致による地方誘客の促進と地方における消費拡大
- 戦略的訪日プロモーション実施のためのJNTO(日本政府観光局)の体制拡充
- 国と地方の連携による訪日プロモーションを促進

### 欧米等に対するプロモーションの強化

- ・ 歴史、伝統文化をテーマとしたプロモーションの実施
- ・ 長期滞在査証制度(平成27年6月施行)のPRの実施



旅行博覧会への出展



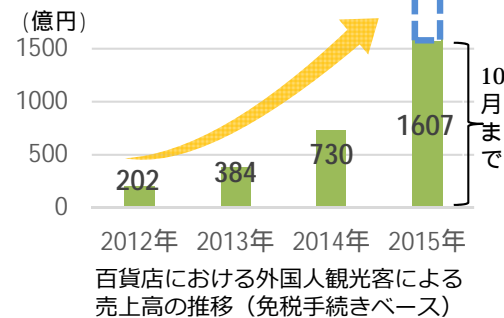
現地旅行会社向け  
セミナーの実施



現地旅行会社等向け  
招請事業の実施

### 地方における消費拡大

- ・ 免税を活用したショッピングの魅力発信
- ・ 国内のインバウンドビジネス関係者向けセミナーの実施



### 地方誘客の促進

- ・ LCCやクルーズ等の地方への誘致
- ・ 訪日教育旅行の地方への拡大
- ・ 東京オリンピック・パラリンピックを契機としたプロモーション
- ・ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業



共同広告の実施



招請事業の実施



オンラインメディアセンター等  
による海外向け情報発信



交通広告等の実施

### JNTO(日本政府観光局)の事務所拡充

- ・ JNTOの海外事務所を現在の14事務所から21事務所へ拡大等  
新規開設予定：マレーシア、イタリア、フィリピン、スペイン、  
ベトナム、インド、ロシア

### 国と地方の連携

- ・ 複数の地域と国との連携による誘客促進
- ・ サミット等国内での情報発信機会を活用

## 27年度補正予算

### 地方誘客のための緊急訪日プロモーション

- ・ 欧米豪をはじめとした外国人旅行者の地方への誘客
- ・ 地方空港へのLCC等新規就航等と連動したプロモーション
- ・ 桜のシーズンに向けた訪日リピーターの地方への誘客
- ・ TPP参加国等に向けた各地の「食」をテーマとしたプロモーション

### 【欧米豪へのプロモーションの具体例】



旅行博覧会出展  
(フランス)



メディア招請(豪州)



Facebookを活用した情報発信(米国)

### 【桜をテーマとしたプロモーションの具体例】



ウェブサイトで各地の  
桜開花情報の発信



地下鉄ラッピング広告  
(台湾)

# テーマ別観光による地方誘客事業

国内外の観光客が全国各地を訪れる動機を与えるため、**特定の観光資源**に魅せられて日本各地を訪れる「**テーマ別観光**」のモデルケースの形成を促進し、新たな旅行需要を創出する。

## テーマ別観光となる観光資源の例

世界遺産、日本遺産、社寺観光、酒蔵ツーリズム、アートツーリズム、メディカルツーリズム、ロケーション、街道観光、山岳観光 等

### 酒蔵ツーリズム

- ・酒造りの現場見学会の開催
- ・杜氏を交えた利き酒会
- ・酒の副産物を活用した商品開発



### ロケーションツーリズム

- ・ロケ地を観光資源として活用
- ・ロケ地マップ(映画等に撮影された場所の地図)を作成し、観光客の周遊を促進

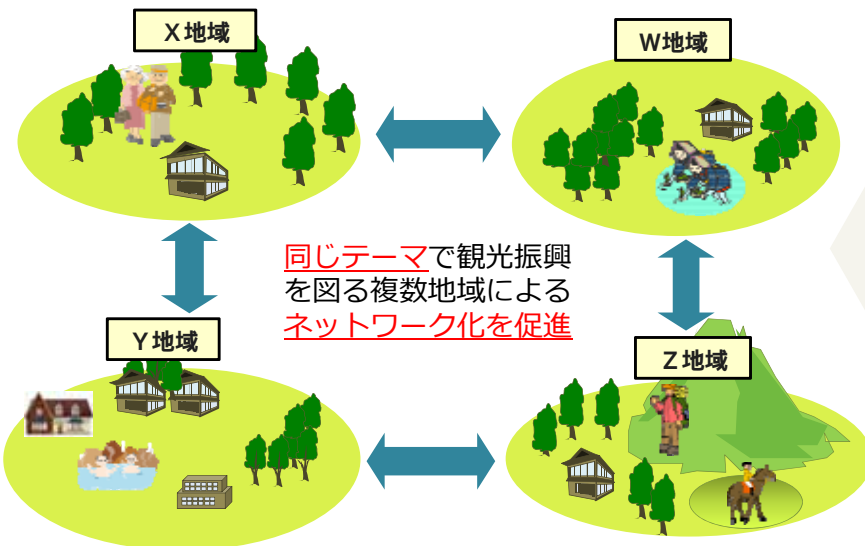


### エコツーリズム

- ・専門ガイドを通じ、自然や文化等の重要性を観光客に浸透させることを促進



## ネットワーク化のイメージ



## 国による支援例

### ネットワークの構築

- ・地域連携協議会の設立

### ネットワーク間の共同での取組

- ・マーケティング
- ・共通パンフレット
- ・周遊クーポン等の作成
- ・周遊プランの形成
- ・共同プロモーション
- ・共同サイト開設

### ネットワークの拡大推進

- ・シンポジウム開催
- ・共通マニュアル作成 等

## 期待される効果

### 旅行者

- ・特定のテーマに関心の高い旅行者にとって、**より魅力的な旅行を享受**

### 地域

- ・旅行者の複数地域への**来訪需要を創出**
- ・地域間で課題や**成功事例を共有**することによる、**効果的な観光振興策を推進**