

訪日プロモーション関連事業 【平成30年度予算概算要求：12,181百万円の内数（9,902百万円の内数）】

2020年訪日外国人旅行者数4000万人、訪日外国人旅行消費額 8兆円等の達成のため、欧米豪市場を中心に訪日旅行への関心を高めるグローバルキャンペーンの本格実施、国別戦略に基づくきめ細やかなプロモーションの徹底等を行う。

1. 訪日グローバルキャンペーンの本格実施

欧米豪市場を中心に、日本の旅行先としての認知度が低い訪日無関心層に対し、統一的なキャンペーン・テーマのもと、日本の「楽しい」旅行先としての魅力をアピール

緻密な市場分析によるターゲティング

IT技術を用いて、個々の対象の属性（国、年齢、関心等）に合わせたコンテンツを、ウェブ等の様々な媒体を通じて出現させる新たな手法を活用

29年度事業を踏まえた本格的な展開

- ・ キャンペーン露出機会の大幅拡大（媒体（TV・ラジオ、新聞・雑誌、公共交通ディスプレイ、ウェブ、SNS等）、対象国等）
- ・ 今年度事業を踏まえた映像コンテンツ等の追加、見直し

3. デジタルマーケティングの導入、JNTO改革

より効果的なプロモーションの実現のため、デジタルマーケティングを本格導入

- ・ ビッグデータ分析により、訪日客の嗜好や行動パターンを把握し、プロモーションへの反映や効果検証を実現



訪日プロモーションの高度化及び戦略的誘客の実現に向けて、JNTOの体制を強化

- ・ マーケティング等の専門人材の配置、地方支援を専任する部署の設置

2. 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

重点20市場からの更なる戦略的誘客のため、国別戦略を徹底し、旅行ニーズに応じたきめ細やかな市場別プロモーションを実施

【欧米豪市場】

魅力あるアクティビティ等の訴求力の高いコンテンツを中心としたプロモーションを実施

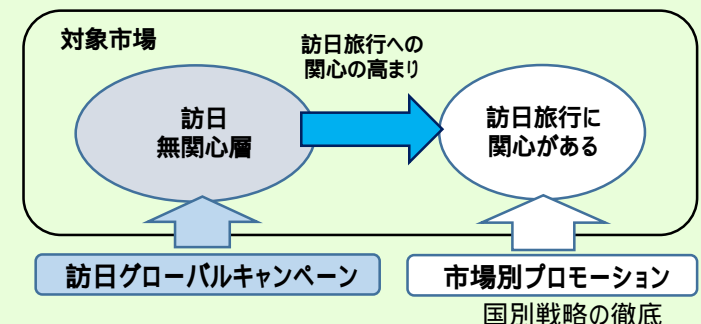
- ・ より戦略的な広告・宣伝の展開（富裕層のとりこみ等）
- ・ ラグビーW杯、オリパラ東京大会、その他現地日本関連イベント等の機会活用

【アジア市場】

個々の旅行ニーズに応じたきめ細かなプロモーションを実施

- ・ パワーブロガーやSNSの効果的な活用（口コミ対策）
- ・ ムスリム市場分析や情報発信の充実

【訪日グローバルキャンペーンと市場別プロモーション】



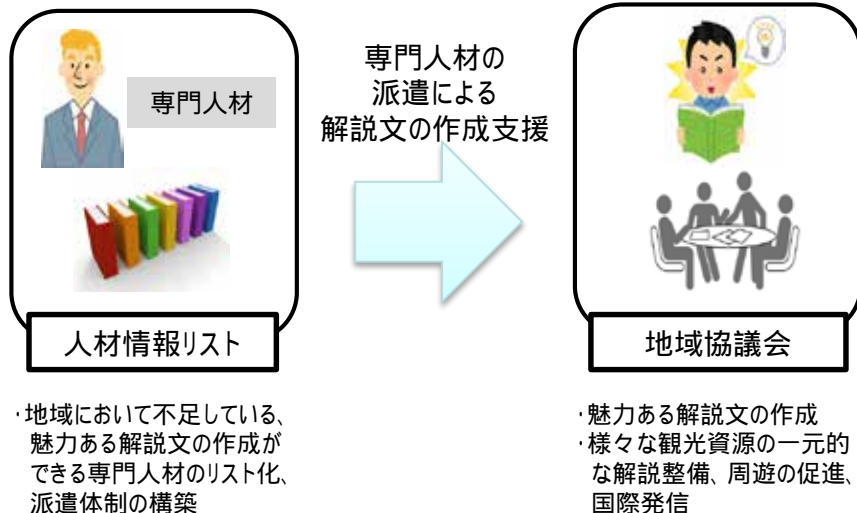
地域観光資源の多言語解説整備支援事業【平成30年度予算概算要求：140百万円の内数（新規）】

訪日外国人旅行者が地域を訪れた際、観光資源の解説文が乱立していたり、表記が不十分なため、観光地としての魅力が伝わらないことがあることから、専門人材の派遣体制の構築、解説文作成のノウハウ提供等の支援を行うことで、旅行者にとって分かりやすく、地域の観光ストーリーを伝える解説文を整備し、観光地における回遊性の向上、滞在日数・消費額の増加につなげる。

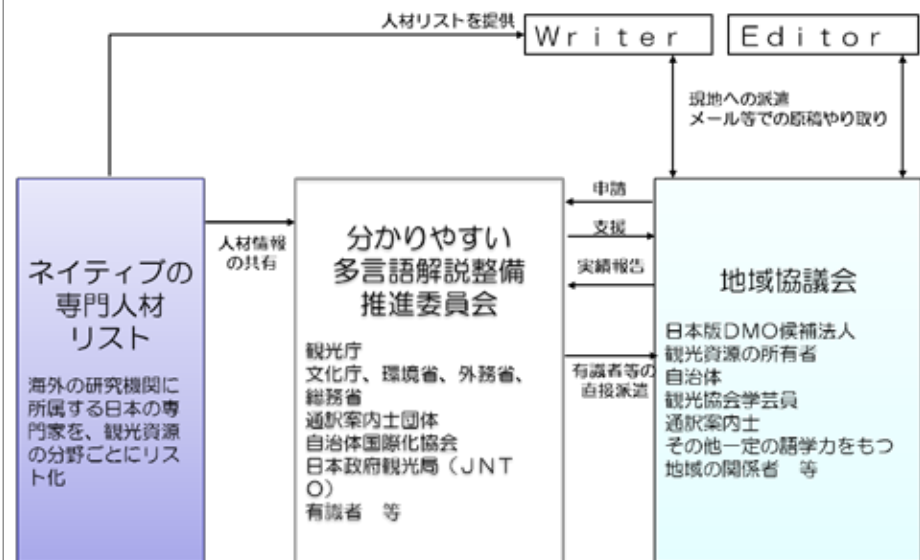
事業概要

1. 地域単位での協議会が行う観光資源の解説作成に対し、協議会からの申請に基づき500万円/件を上限として、支援を実施（看板設置やパンフレット作成などの経費は支援対象外）
2. 国において推進委員会を立ち上げ、解説文作成にかかる指針を取りまとめ、専門人材をリスト化
3. 地域での作成実績を報告・フィードバック
4. 推進委員会において作成過程のノウハウを積み重ねて検証し、取りまとめの上他地域へ横展開

事業体制



事業詳細



テーマ別観光による地方誘客事業【平成30年度予算概算要求：152百万円の内数（151百万円の内数）】

・国内外の旅行者の満足度向上及び消費活動の拠点の活性化に向けては、酒蔵や忍者、スポーツ大会など、全国各地に点在する特定のテーマを観光資源として情報発信することが必要であることから、それぞれの拠点をネットワーク化し、情報発信力の強化や受入体制の整備を図る取り組みを支援する。

事業概要



地域連携協議会の構成

各地域の市町村や関係団体等から構成

事業の流れ

地域連携協議会の設立準備

地域連携協議会の設立

ネットワーク化

各地域間の情報共有と共通した取組の実施

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
- ・共同サイト開設
- ・共同プロモーション
- ・周遊プランの形成
- ・モニターツアーの実施

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

支援計画

ネットワークが自立し、継続するため、必要に応じ複数年(最大3年)の支援を予定

例

1年目
・ネットワークの構築
・マーケティング

2年目

・共同サイト開設
・共同プロモーション
・モニターツアー開催

3年目

・共通マニュアル作成
・周遊プラン形成

4年目～

・ネットワークの自立性、継続性の確立

支援テーマの例

酒蔵ツーリズム

- ・協議会の設置
- ・酒造りの現場見学・販売
- ・モニターツアーの実施
- ・ポスターの作成



期待される効果

旅行者

・我が国の固有のテーマを探求したいリピーター等に質の高い旅行を提供し、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**

各地域

- ・新たなテーマ設定による地域の観光資源の発掘
- ・旅行者の地方誘客動機を促し、**新たな需要を創出**

地域連携協議会

・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の推進**

観光産業における人材育成事業【平成30年度予算概算要求：389百万円の内数（370百万円の内数）】

課題認識：

観光産業を牽引する経営人材や新たなビジネスを創出できるトップレベルの人材、地域の観光産業の中核を担う経営者等の人材の不足（質の不足）インバウンドをはじめとする増加する観光客に対応する現場人材の不足（量の不足）

具体的には、観光産業の担い手を3層構造により育成・強化。
我が国の観光産業を牽引するトップレベルの経営人材の育成
地域の観光産業を担う中核人材の育成
観光産業の即戦力となる実務人材の育成

産業界のニーズを踏まえた観光人材育成事業の実施

我が国の観光産業を牽引する
トップレベルの**経営人材**

平成30年度「観光MBA」の設置・開学

地域の観光産業を担う**中核人材**

全国の複数大学において、宿泊業等の経営力強化のための社会人向け講座を実施

即戦力となる現場の**実務人材**

ホテル

旅館

旅行会社

MICE
関連施設

インターンシップによる将来の観光産業の担い手の育成

観光産業のトップ・中核人材育成 （質の不足への対応）

我が国の観光産業を牽引する
トップレベルの経営人材の育成



(1)地域の観光産業を担う
中核人材の育成



(2)歴史的資源を活用した
観光まちづくりの担い手支援・育成

活躍できる実務人材の育成 （量の不足への対応）

観光産業の即戦力となる
実務人材の育成

