

# 訪日プロモーション事業

2020年訪日外国人旅行者数4000万人等の目標達成に向けて、アジアからの取り込みを徹底するとともに、インバウンドの成長が見込まれる市場からの誘客拡大の実現を図る。更に、JNTOの抜本的な体制強化により、JNTOを司令塔とした情報発信の実現を図る。あわせて、デジタルマーケティング技術を活用し、相手方の属性や関心を踏まえた的確な情報発信や先進的なプロモーションを実施。

## 1. 一元的な情報発信・地方誘客に向けたJNTOの体制強化

JNTOによる一元的な情報発信・地域のプロモーション支援のためのJNTOの体制の抜本的強化を実施

## 2. 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

重点22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かな市場別プロモーションを実施

- 【欧米豪】 訴求力の高いコンテンツを中心にプロモーション
- 【アジア】 個々の旅行ニーズに応じたきめ細やかなプロモーション



## 3. 全世界からの誘客促進に向けた取組の推進

2020年4000万人の目標達成に加え、2030年6000万人の目標も見据え、訪日インバウンドの成長が見込まれる市場でのプロモーション及び海外ネットワークの強化を推進

- (具体例)
- 重点市場（メキシコ、中東）を追加し、国別戦略に基づくプロモーションの強化 等
  - ▲現地消費者向け旅行博出展
  - ▲海外広告宣伝



## 4. 航空路線・クルーズ船の誘致強化

航空路線の新規就航・増便やクルーズ船の日本への寄港を促進するため、自治体等による商談会の出展や招請への支援、航空事業者等との共同プロモーションを実施

- (具体例)
- 国際商談会への出展を通じた航空路線の誘致 等



▲クルーズ船社との商談

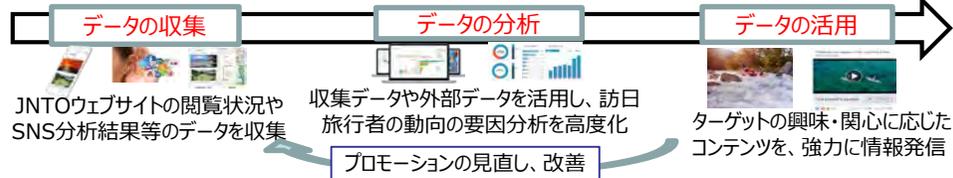


▲航空会社との共同広告

## 5. デジタルマーケティング技術を活用した先進的なプロモーション

ウェブの閲覧・検索履歴等の分析により、その個人が海外旅行に求める興味・関心（アウトドア等）に応じたプロモーションを実施

- 欧米豪市場に加えて、新たにアジア市場においても展開



## 6. オリパラ開催を起爆剤とした訪日プロモーション

オリンピック・パラリンピックの機会を活用し、「日本各地の観光の魅力」を広く世界へ拡散させ、大会後も継続した訪日需要を喚起。

- 海外メディアへの観光情報発信拠点の構築
- 地方の観光資源の取材支援
- 海外メディアを活用した全国各地の魅力の発信 等



# 地域観光資源の多言語解説整備支援事業

観光庁(観光資源課): 1,050百万円

- 観光庁は、①文化庁・環境省と連携してわかりやすく魅力的な多言語解説文を作成できる英語のネイティブライター等の専門人材をリスト化し、②地域に派遣し解説文の作成を支援。③解説文作成のノウハウを蓄積し、他地域へ横展開できるようにガイドラインを作成するとともに、④セミナーを全国で展開。
- 文化庁においては世界文化遺産や国宝・重要文化財等について、環境省においては国立公園について、最先端技術も駆使しながら外国人に魅力ある観光ストーリーを多言語発信支援。
- また、本事業でH30年度から作成している英語解説文を元にした中国語解説文作成も併せて進める。

※Writer/Editorを派遣し、文化財の魅力ある多言語解説文の作成支援



※タッチパネル式解説板による案内(日本語音声・多言語字幕)

## 観光庁：地域観光資源の多言語解説整備支援事業



※Writer/Editorを派遣し、国立公園の魅力ある多言語解説文の作成支援



※2次元コードによる自然資源の多言語解説の整備(多言語音声・テキスト)

## 文化庁：世界文化遺産や国宝・重要文化財等

- ・ 地域の文化財を一体的に整備・支援
- ・ 観光資源としての価値を高める美化への支援
- ・ 文化財の魅力を伝える案内板・解説板の設置



## 環境省：国立公園

- ・ 登山道やビジターセンター、トイレ等基盤的な利用施設の整備
- ・ 自然を活かした体験型コンテンツの充実、ガイド人材の育成
- ・ 国立公園の魅力を伝える案内板・解説板の設置

