

# デジタルマーケティング等による先進的プロモーションの実施

観光庁(国際観光課): 1,578百万円

- コロナ禍を経た旅行需要の変化を見据え、デジタルマーケティング等を活用した個人の興味・関心に応じたプロモーションを実施する。
- 2030年訪日外国人旅行消費額15兆円の目標達成のため、新たなインバウンド層に向けたプロモーションを強化する。

## デジタルマーケティング等を活用した先進的なプロモーション

○コロナ禍を経た旅行需要の変容を見据え、デジタルマーケティング等の活用により、訪日旅行の喚起につながる個人の興味・関心に応じた広告を展開

- ①ウェブサイト・SNSの閲覧状況等のデータを収集し、海外旅行者の動向等を分析
- ②分析結果をもとに、ターゲットの興味・関心に応じた広告を発信



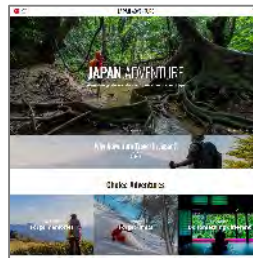
## 新たなインバウンド層に向けたプロモーション

○コロナ後の新たなインバウンドスタイルを推進するため、富裕旅行者の関心の高いテーマに特化したプロモーションや、アドベンチャーツーリズム等の情報発信を強化する。

- ・最新の富裕旅行市場の分析
- ・商談会等への出展拡大、ウェブサイト等の内容拡充等
- ・テーマに特化した事業の実施



テーマ特化  
(アート) のイメージ



アドベンチャーツーリズムの  
情報発信

## 地域の観光資源を活用したプロモーション

○地方運輸局・自治体・民間事業者等が連携し、デジタルマーケティングの分析結果やプロモーションのノウハウを活用して、地域の観光資源を訴求する。

