

# 戦略的な訪日プロモーションの実施

- ポストコロナを見据え、入国緩和の状況等に応じ、市場ごとに、段階的にプロモーション事業を拡大してきたところ、旅行者の意識の変化も踏まえつつ、**旅行消費額の増加**や**地方誘客促進**を目指しながら、インバウンドの本格的な回復・拡大を実現するため、全国各地での特別な体験等の発信をはじめ、**戦略的なプロモーションを実施**する。

## インバウンドの回復に向けたスタートダッシュ

- 航空会社・旅行会社等との共同広告を通じて、**訪日旅行を促進**するとともに、**地方路線の復便等を後押し**。
- コロナ禍で高まったリピーターの訪日意欲を、**訪日予約につなげる**ための大規模なアジアキャンペーンを実施。
- 国・地域別の旅行需要に応じた戦略に基づいて、SNS等によるきめ細かなプロモーションを実施。



## デジタル技術を活用したマーケティング基盤の強化

- デジタルマーケティングの活用により効果的な発信を行うとともに、国内外の旅行・メディア関係者とのネットワーク強化により、**マーケティング基盤の強化等を図る**。

## ポストコロナの旅行ニーズへの対応

- ポストコロナにおいて訴求力が高い、**アウトドアスポーツやサステナブル等の観光コンテンツの発信を強化**。



## 消費額の増加

- 高付加価値旅行者の誘致強化や、**消費単価が高い欧米豪市場を中心に情報発信を実施**。



## 地方誘客の促進

- コロナ後を見据えて地方で磨き上げた観光資源の新たな魅力を発信することで、**地方誘客を促進**。
- 地方の認知度・興味関心向上のため、**広域連携DMOと連携した情報発信や、2025年大阪・関西万博の機会を捉えたプロモーションを実施**。

