

### 政策ターゲット

訪日旅行1回あたりの総消費額100万円/人以上の旅行者 (国際航空券代は除く)

「地方における高付加価値なインバウンド観光地域づくりに向けたアクションプラン」の「コネ」部分等について、モデル観光地※1を中心に、Selective Luxury層※2とAll Luxury層※3のそれぞれの特性を踏まえてプロモーションやコネクションの強化に取り組む。推進に当たっては、JNTO内に設置した専門組織を最大限活用する。

#### ▼国内関係者のネットワーク化

- ・ JNTOがハブとなり、国内のDMC (Destination Management Company) やサプライヤー等とのネットワーク形成
- ・ Selective Luxury層に加え、All Luxury層の誘客強化に向けた連携促進

#### ▼サービス内容の収集・蓄積

- ・ 高付加価値旅行市場の流通に乗せるための観光メニュー・サービスの発掘・収集・蓄積および磨き上げ支援を実施

#### ▼セールスの強化

- ・ JNTO海外事務所の機能を強化し、国内関係者とのマッチングや個別コンサルティングを強化
- ・ 欧米豪に加え、アジア、中東市場においても海外セールスの強化のため、コンソーシアムとの関係強化や、加盟旅行会社への積極的なセールス活動等を実施
- ・ 若年層や新興市場強化へ向けた新たな連携先を模索

#### ▼情報発信の強化

- ・ 高付加価値旅行目的地としての存在感を高めるため、広報 (PR) 機能を強化するほか、実験的な取組を実施
- ・ デジタルマーケティングやメディアアプローチ、イベント等、多様なアプローチを通じて、各地域での滞在につながる、より深い情報を発信し、効果測定を行いながら、精度を高めていく

加えて、高付加価値旅行者に対応するガイドへの研修等を実施

※1 2022年度に「地方における高付加価値なインバウンド観光地域づくり モデル観光地」として観光庁が選定した11地域

※2 旅行中における優先度の高い分野を中心に高い水準のサービスを志向する結果、高額消費を行う層

※3 旅行中の多くの分野で極めて高い水準のサービスを志向する結果、より高額消費を行う層

		主なターゲット	特徴	取組の方向性
Selective Luxury層	訪日層	A 訪日経験層 (ショートホールおよび ロングホール)	市場によっては高い確率で地方訪問も実施しており、今後、地方での滞在延長を促進するセグメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状不足しているショートホール市場の旅行会社とのネットワーク拡充を強化 (BtoB)</li> <li>地方を含む旅行商品の多様化を目指し、旅行会社への支援を強化 (BtoB) (BtoBtoC)</li> <li>各地方の魅力をストーリーとして発信し、地方へ滞在する価値を訴求 (BtoC)</li> </ul>
	訪日未経験層	B 訪日関心層 (ロングホール)	日本のコンテンツ体験に関心を持ち、訪日、地方誘客につなげることができるセグメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>訪日取扱い実績の少ない旅行会社へ日本食、伝統文化、自然等の関心の高いコンテンツに関する情報提供を行い、訪日旅行商品の造成・販売を支援 (BtoB) (BtoBtoC)</li> </ul>
		C 訪日低関心層 (ロングホール)	日本でのコンテンツ体験に関心が低く、中期的に訪日関心層への転換を目指すセグメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>ロングホール市場に対し、デジタルマーケティング技術も活用し、ターゲティングと発信内容の精度をあげ、認知と関心向上を目指す (BtoC)</li> <li>広報 (PR) を強化し、日本の高付加価値旅行関連コンテンツの記事化を促進 (BtoC)</li> </ul>
D	All Luxury層		旅行中の多くの分野で極めて高い水準のサービスを志向する結果、より高額消費を行う層で、受入れ環境整備と合わせて拡大を目指すセグメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>滞在中の活動やニーズ、日本側の受入体制整備のあり方などについて関係者と協議を進め、可能な部分から実行に着手する</li> <li>加えて、日本の地方で受入可能性がある地域については、積極的に情報やノウハウを提供していく</li> </ul>

※ショートホール・・・東アジア、東南アジア  
ロングホール・・・欧米豪、中東、インド

国内連携	BtoB, BtoBtoC	BtoC
<p>▼国内関係者との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国内関係者向けセミナー、コンサルティング★</li> <li>国内関係者間のネットワーキング★</li> <li>定常的な情報交流の仕組みづくり</li> </ul>	<p>有力コンソーシアム等とも連携しながら、以下を実施。                  同時に、新たな連携先を模索する</p> <p>▼旅行会社とのネットワーク強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商談会出席★</li> <li>旅行会社への情報提供★</li> </ul> <p>▼造成支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社招請★</li> <li>商談会の主催</li> </ul> <p>▼販売支援（BtoBtoC）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社との共同プロモーション</li> </ul>	<p>▼情報発信強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>広報（PR）★</li> <li>メディア招請★</li> <li>デジタル広告</li> <li>高付加価値旅行者向けイベント</li> </ul>
基盤整備		
<p>▼マーケティング分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲットの把握</li> <li>プロモーション戦略策定</li> </ul> <p>▼ツール制作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>動画、静止画制作</li> <li>ウェブサイトの充実</li> </ul>	<p>▼サービス内容の発掘・収集・蓄積</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>専門家のキュレーションを通じた訴求コンテンツ選定</li> </ul> <p>▼人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドへの研修</li> <li>JNTO職員への教育、知見蓄積</li> </ul>	

★は特に強化する取組