

RECRUITING GUIDE

あなたの描いた日本が、
世界の日本になる。

1. 国際観光の推進はわが国のソフトパワーを強化するもの



**外交、
安全保障の基盤**

- 諸外国との健全な関係の構築は国家的課題
- 国際観光を通じた草の根交流は、国家間の外交を補完・強化し、安全保障にも大きく貢献
- 日本に実際に来てもらう、見てもらう、交流してもらうことで、日本の印象も変わる

2. 観光は少子高齢化時代の経済活性化の切り札



高い経済効果

- 少子高齢化で成熟した社会には、観光振興＝交流人口の拡大、需要の創出による経済の活性化が有効
- 訪日外国人も今や無視できない消費活動の主体（2019年の訪日外国人旅行消費額→4.8兆円）

3. 交流人口の拡大による地域の活性化



雇用創出・地方創生の切り札

- 地方においては地域振興策の新たなアプローチが必要。観光による交流人口の拡大は地域経済の起爆剤
- 集客力のある個性豊かな地域づくりは、各地域の自主・自律の精神も促す

4. 観光立国により国民が誇りと自信を取り戻す



国の価値の再認識

- 観光立国の推進は、我が国の歴史的・文化的価値を国民が、住民が、再認識するプロセスであり、日本の魅力の再活性化にもつながるもの



～ 観光交流人口の拡大による日本の再生 ～

世界



出典:世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)



出典:WTTC



出典:UNWTO

日本

旅行・観光産業GDP
(2019年):

7.0%
(約39.1兆円)

旅行・観光産業の
雇用効果(2019年):

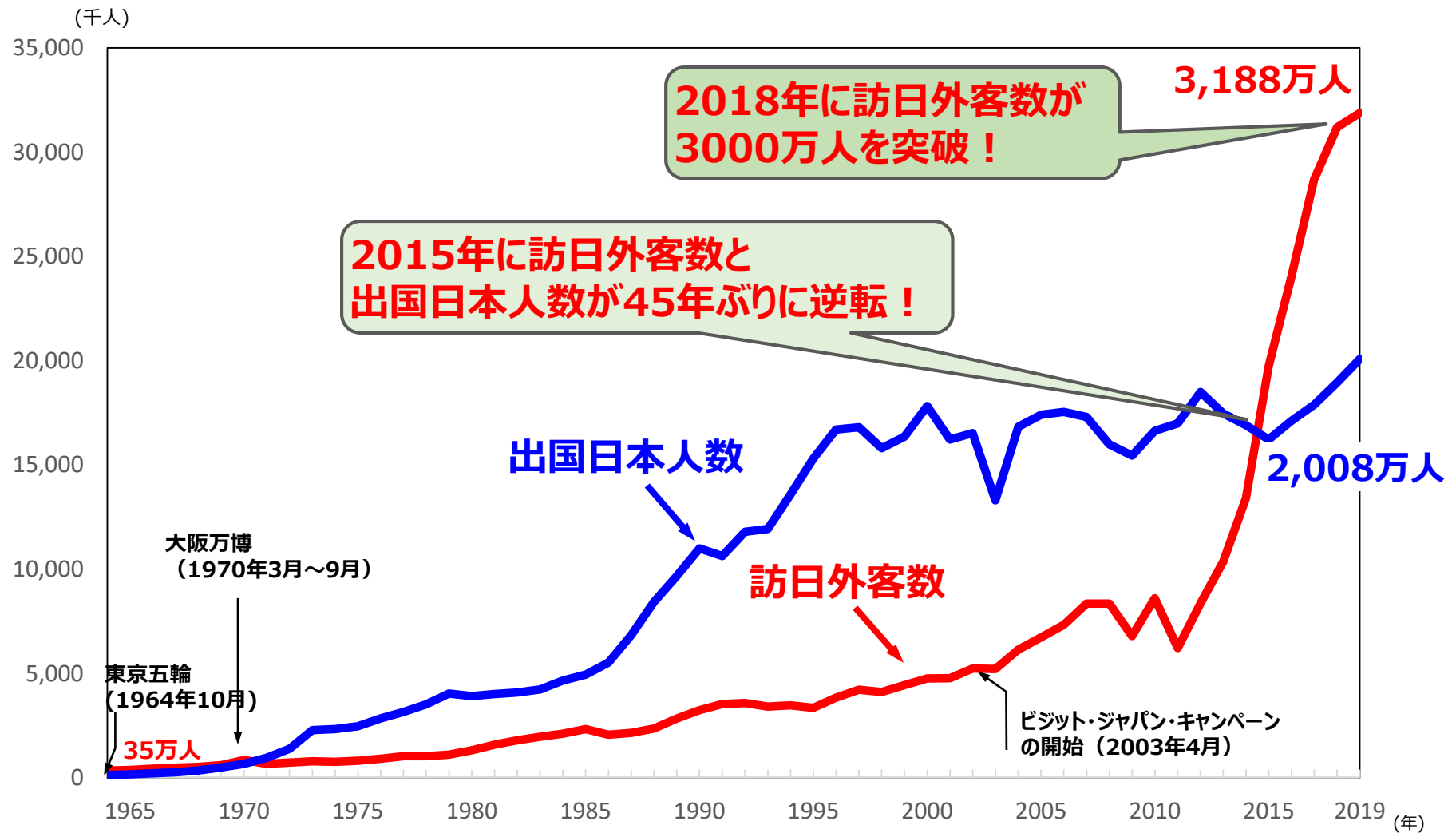
約**12.5人**に**1人**を雇用
(全就業者の8.0%、
約537.9万人)

ビジター輸出
(=国際観光客による
日本国内での支出)
(2019年):

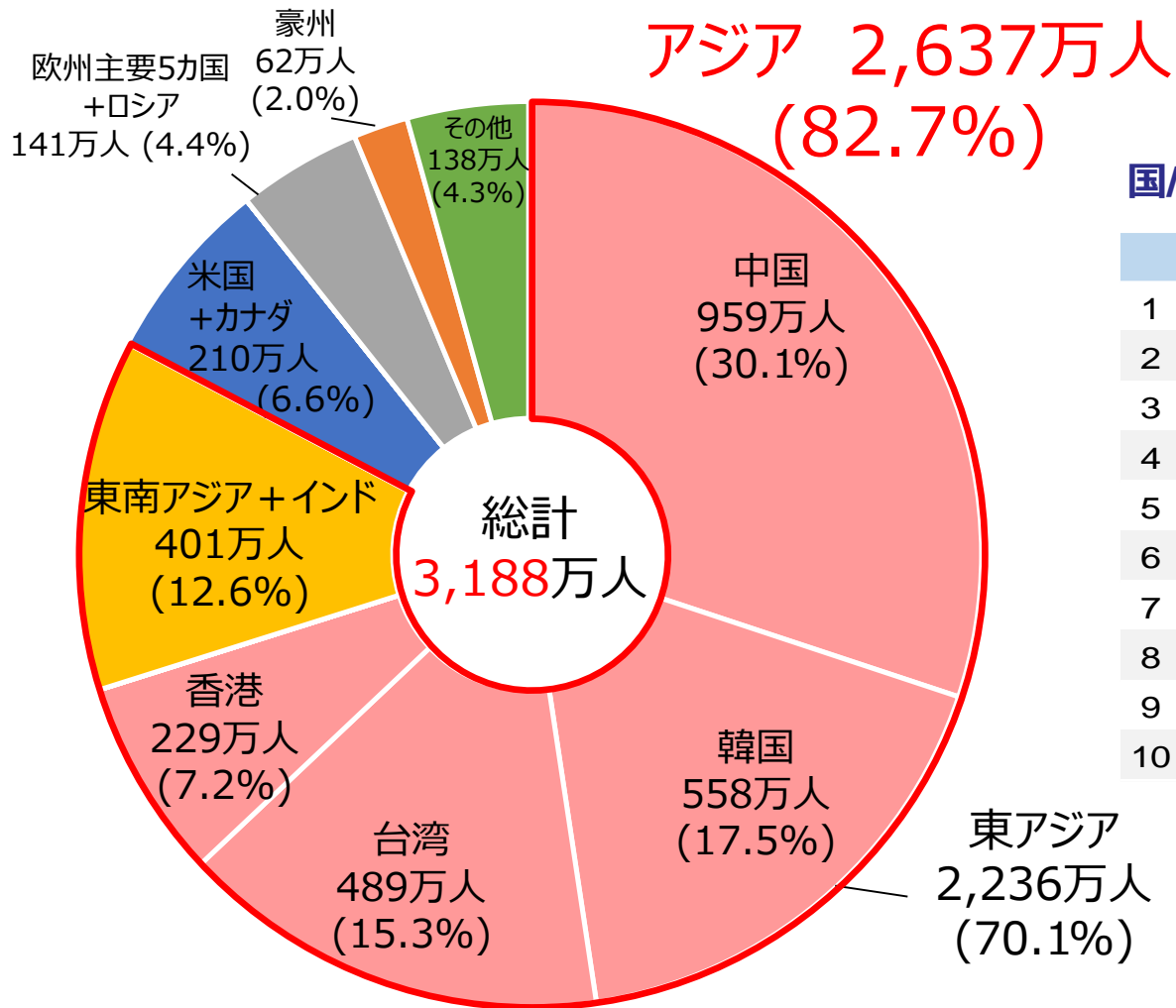
総輸出の**5.3%**、
470億ドル(約5兆円)

※出典: WTTC JAPAN 2020 ANNUAL RESEARCH

50年間の訪日外客数/出国日本人数の推移



訪日外客数市場別内訳 (2019)



国/地域別訪日外客数 トップ^o10 (人)

順位	国/地域	人数 (人)
総数		31,882,100
1	中国	9,594,300
2	韓国	5,584,600
3	台湾	4,890,600
4	香港	2,290,700
5	米国	1,723,900
6	タイ	1,319,000
7	豪州	621,800
8	フィリピン	613,100
9	マレーシア	501,700
10	ベトナム	495,100

※出典：日本政府観光局 (JNTO)
 ※グラフはビジット・ジャパン事業重点20市場の地域別構成比。

新たな目標

2019年

2030年

訪日外客数

3188万人

6000万人

訪日外国人旅行消費

4.8兆円

15兆円

地方部での
外国人延べ宿泊者数

4,309万人泊

1億3,000万人泊

「観光先進国」への3つの視点

視点1

観光資源の魅力を
極め、地方創生に活用

視点2

観光産業を革新し、
国際競争力を高め、
我が国の基幹産業に

視点3

すべての旅行者が、
ストレスなく快適に
観光を満喫できる環境に

組織概要

- 正式名称：独立行政法人国際観光振興機構（国土交通省 観光庁所管）
※通称として「日本政府観光局」、略称としてJNTO（英文名称：Japan National Tourism Organizationの頭文字）を使用しています。
- 国内拠点：本部（東京）
- 海外拠点：24事務所（ソウル、北京、広州、上海、香港、デリー、ジャカルタ、シンガポール、バンコク、マニラ、ハノイ、クアラルンプール、シドニー、ニューヨーク、ロサンゼルス、トロント、メキシコ、ローマ、ロンドン、マドリード、フランクフルト、パリ、モスクワ、ドバイ）

※政府観光局 (National Tourism Organization)とは：外国人旅行者の誘致活動を行う政府機関

JNTOの活動

JNTOは世界24都市に海外事務所を持ち、外国人の訪日旅行の促進に向けて、海外現地目線に立ったプロモーション、マーケティングを行っています。

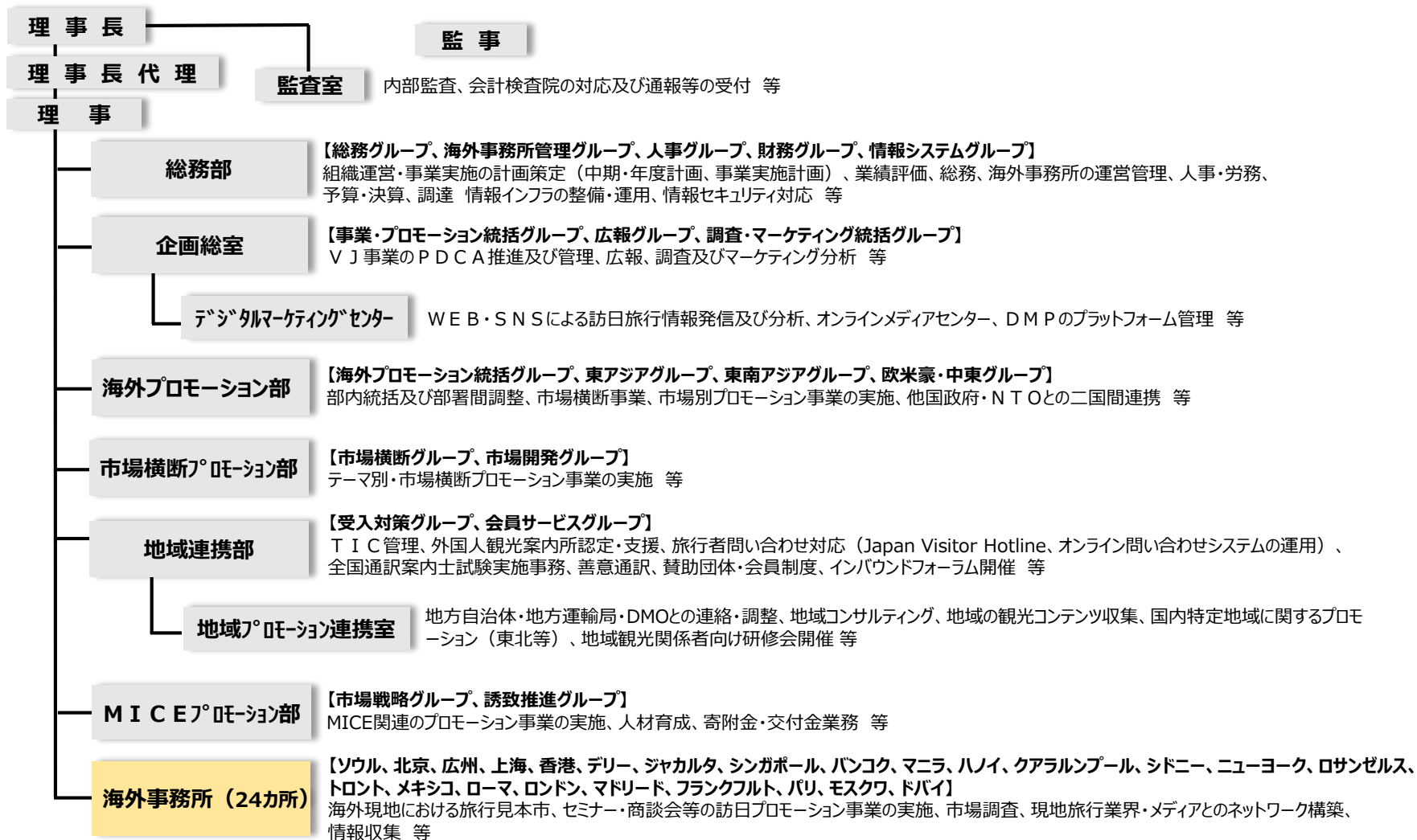
<主な事業>

- 訪日旅行市場に関する市場分析・マーケティング
- 海外現地旅行会社の訪日ツアー企画・販売の促進
- 海外現地メディアを通じた広告・宣伝
- ウェブやSNSを通じた訪日観光の情報提供
- 国際会議（MICE）の誘致・開催促進
- 受入環境整備・向上支援
（ビジット・ジャパン観光案内所の認定）





日本政府観光局（JNTO）の組織図



- ・インバウンド（訪日外国人旅行）拡大に向けた取組において、実施主体として中核的な役割
- ・海外事務所ネットワークを活かした現地市場分析、海外プロモーション、国際会議等の誘致
- ・自治体等の取組の支援 等

ビジット・ジャパン事業

● 旅行博出展・イベント開催

〈現地消費者向け〉



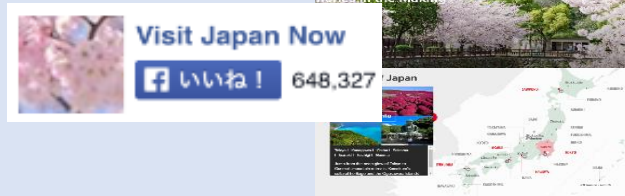
現地消費者へ訪日観光の魅力を旅行博等でPR、訪日旅行商品の即売を支援

〈現地旅行会社向け〉



現地旅行会社等が一堂に集まる旅行博への出展、商談会等の開催

● 情報発信



WEB、新聞・雑誌、番組等を通じ、現地消費者向けに訪日観光の魅力を発信

● ツアー共同広告

JNTOの訪日PRと旅行会社の訪日旅行商品広告を共同で実施し、販売を促進



● 海外旅行会社招請



現地旅行会社を国内観光地へ招請、新たな訪日旅行商品の造成を促進

● 海外メディア招請



- ・インバウンド（訪日外国人旅行）拡大に向けた取組において、実施主体として中核的な役割
- ・海外事務所ネットワークを活かした現地市場分析、海外プロモーション、国際会議等の誘致
- ・自治体等の取組の支援 等

マーケティング・ コンサルティング事業

- 市場分析・マーケティングに基づく自治体等への支援



- ・海外事務所のネットワークを活用し現地消費者の旅行動向、ニーズ等のマーケティング情報をリアルタイムで収集・分析
- ・自治体、企業等に対し、ウェブサイト、出版物、セミナー、コンサルティング等を通じ情報提供、インバウンドビジネスを支援

受入対策事業

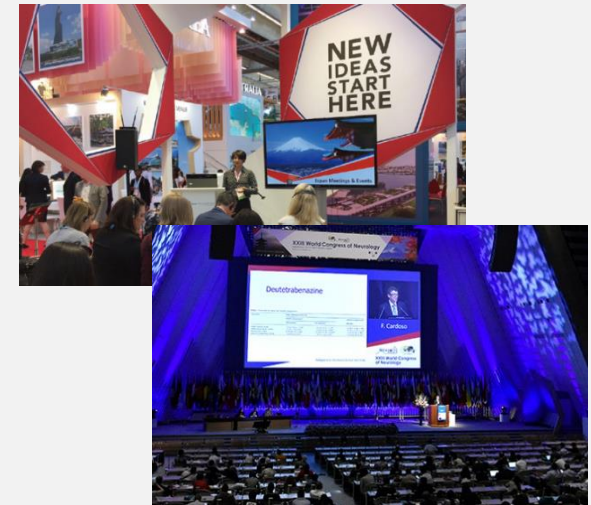
- 国内の受入体制の整備



- ・訪日外国人旅行者に多言語による旅行案内を行うツーリスト・インフォメーション・センターの運営
- ・外国人観光案内所の認定及び運営支援
- ・国の代行機関として、通訳案内士試験を実施

MICE事業

- 国際会議等の誘致・開催支援



- ・会議開催地としての認知度向上、情報収集やセールス活動
- ・企業が成績優秀者を招待するインセンティブ・ツアーの誘致
- ・全国のコンベンション推進機関と連携、誘致主体を支援

① 欧米豪市場の取り込み 「Enjoy my Japan」グローバルキャンペーンの展開

～新たな「楽しい国 日本」の魅力を発信～

欧米豪（欧州、北米、豪州）市場を中心に存在する「海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層」をターゲットに、「日本が、誰もが楽しむことができる旅行目的地」であることを複数年にわたりアピールしていく。

キャンペーンメッセージ (www.enjoymyjapan.jp)

Enjoy my Japan ■外国人旅行者自身が、自分にぴったりの日本の魅力を発見し、お気に入りの「My Japan」を満喫。
■「私の大好きな日本 (My Japan) を楽しんでください」という日本側の親しみを込めた歓迎の気持ち。

Tradition

伝統文化や歴史的遺跡・建築等を楽しむ



(滋賀県・比叡山延暦寺)

Cuisine

食事やお酒を楽しむ



(東京都・銀座 鮨青木)

City

大都市の刺激、エンターテインメントを楽しむ



(東京都・夜景)

Nature

豊かな自然を楽しむ



(沖縄県・恩納村)

Art

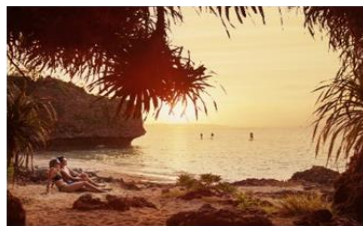
アートやデザインを楽しむ



(香川県・直島)

Relaxation

リゾートや宿泊施設での滞在を楽しむ



(沖縄県・恩納村)

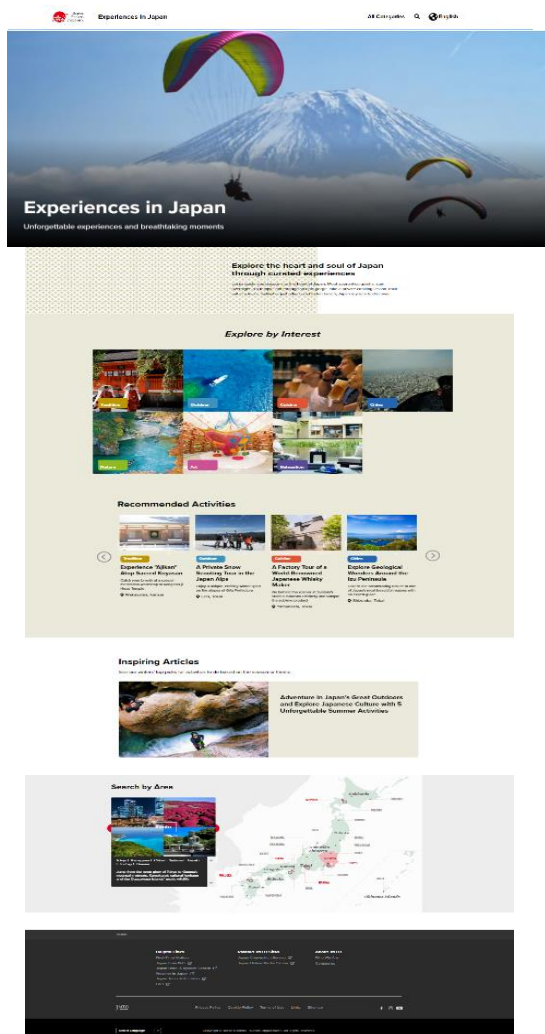
Outdoor

アウトドアアクティビティを楽しむ



(群馬県・みなかみ町)

● Experiences in Japan



- 各地域から収集した魅力的な体験型の観光コンテンツを外国人の目線で評価・選定し、ネイティブライターによる記事制作を行う
- 収集したコンテンツをExperiences in Japanサイトに掲載、各種プロモーションに活用
- 言語：英語(378件)・中国簡体字(175件)・台湾繁体字(175件)・香港繁体字(174件)・韓国語(174件)・タイ語(100件)
⇒**2022年3月、450件（75件／各言語）追加掲載予定！**
- URL：<https://www.japan.travel/experiences-in-japan/en/>

【日本語での発信】

JNTOの公式グローバルウェブサイト(英語)を日本語に翻訳：**計264件**
Experiences in Japanサイトに掲載している外国人目線で選ばれた各地域の
観光コンテンツを日本語に翻訳し、**日本向けにも紹介。**

URL：<https://www.japan.travel/experiences-in-japan/jp/>



Cuisine

100年以上の歴史ある
古民家で、洗練された
健康的な食事を

九州, 福岡
—
伝統的な古民家でこだわりの奥菜
料理を頂く



Tradition

山形で伝わる、山伏の
修行を

東北, 山形
—
古くからの信仰をそのままの形で
受け入れ自然とひとつに



Relaxation

ユネスコ世界遺産の島
で楽園に滞在

九州, 鹿児島
—
鹿児島島の原生林にたたずむ高級ス
パリゾートで心身共に満たされ、
リフレッシュする



Nature

熊野古道で自身のスピ
リチュアルな側面に会
おう

関西, 和歌山
—
紀伊半島の聖地巡礼の足跡をたど
る

最高に楽しい本場のキャニ オニングツアー

利根川の急流で、ニュージーランド流のラフティングも体
験

スリル、急流、そしてアウトドアが好きな方は、群馬県み
なみか町の利根川を拠点とするキャニオニングのツアー会
社をぜひ訪れてみてください。約25年のガイド経験を持
つニュージーランド人が経営するこのツアー会社は、日本
でキャニオニングを確立したパイオニアとして、1998年
から様々なツアーを提供しています。

さらにみなみか町の自然とキャニオニングを掛け合わせ
た、スノーキャニオニングというオリジナルのツアーもあ
ります。パウダースノーをこれまでにない最高の方法で体
感できるのです。また、4~10月に開催されるラフティン
グツアーで、利根川の激流を下ってみてはいかがでしょうか。
特に春は川の水量が増すのでお勧めです。初心者にも
プロ級の冒険家にも、新しい挑戦が待っています。
ツアー会社は、上毛高原駅からの送迎(30分)を行って
います。東京から上毛高原駅までは新幹線でわずか70分
です。

The Original and Best Canyoning
NZ-run with Tone River rapids rafting also available

If thrills, white water and outstanding outdoor fun
are your thing, check out the Canyoning company;



Cities

富士山の麓に広がるア
ミューズメントパーク

東海, 山梨
—



Tradition

一流の芸妓と過ごす魅
惑的なゆらべ

北陸, 石川
—



Outdoor

長崎の九十九島へ出航

九州, 長崎
—
「ラストサムライ」のオープン
—



Cuisine

国際的な品評会の受賞
歴がある酒蔵で、至極
の酒を味わう

- ・ 入国規制の情報・ステイホームで楽しめる訪日コンテンツなどの提供を継続
- ・ 訪日旅行の不安払拭に向けた情報を届ける新設ページを2021年4月に公開

Coronavirus (COVID-19) advisory information

Last updated: January 26, 2021

These have been 150,018 people included resolution for COVID-19 in Japan as of December 19 announced by Ministry of Foreign Affairs of Japan.

Cumulative Confirmed Cases of COVID-19 by Country

Country	Cumulative Confirmed Cases
US	144,835,760
India	10,910,000
Brazil	12,110,430
France	12,710,700
Spain	12,010,000
Italy	12,910,000
UK	12,410,000
China	12,010,000
Japan	12,010,000
Germany	12,010,000
South Korea	12,010,000
Iran	12,010,000
Canada	12,010,000
USA	12,010,000

Table of Contents

- Measures by the Government of Japan
- Precautionary measures taken by website/online companies and aspects
- Travel & Safety Tips
- Twitter @JapanInfoTravel
- Website 日本観光局の訪日者向け情報
- Japan Visitor Hotline
- 24/7 Multilingual Medical Info and Support
- Insurance
- News
- World Health Organization
- Travel App
- Temporary Closure of Attractions in Japan

Measures by the Government of Japan

入国制限などの
情報

Beyond the clouds,
there is always light.

Hope lights the way.

JAPAN
hope lights the way

ステイホームで楽しめる
訪日コンテンツ

COVID-19:
New Normal Travel in Japan

Explore and discover with pleasure in mind.

Cooperative Japan safe

its measures against spread of COVID-19

Useful

- Traveling to Japan
- Tips for
- Hours and operating information
- Safety at tour

ニューノーマル時代の訪日旅行
の魅力・実用情報を伝える
ページ (イメージ)

訪日旅行の不安払拭
に向けた動画

日本の感染症対策や
旅行者に求められる
行動などを掲載



- 新型コロナウイルス感染症対策等の情報を分かりやすく伝えるピクトグラムを15言語*で制作。誰でも**自由に利用可能**。

* 英語、韓国語、中国語・簡体字、中国語・繁体字（香港）、中国語・繁体字（台湾）、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、ドイツ語、イタリア語、フランス語、スペイン語（スペイン）、スペイン語（メキシコ）、ロシア語、アラビア語

- 日本ショッピングツーリズム協会（JSTO）が小売業界向けに追加のピクトグラムを公表。

使用例



・コロナ禍で厳しい状況にある地方の観光地・観光産業への支援として、

- ① 在日インフルエンサーを起用するライブ配信・オンラインツアーにより観光情報及び地域産品（食品、酒、伝統工芸品等）を紹介
- ② 越境ECプラットフォームで地域産品の販売を促進

・2021年度は、ECサイト取引が活発な中国市場を対象に、試行的に全国の8ブロック（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国・四国、九州、沖縄）で計8回を実施予定

・第1回（9/29）は、九州（熊本・鹿児島・大分）を紹介。ライブで21万人が視聴。

①観光情報発信プラットフォーム (Fliggy)



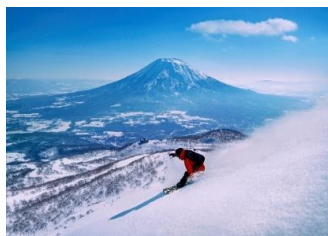
ユーザー誘引

②越境ECプラットフォーム (Tmall Global)



アドベンチャートラベルとは？

「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち、最低2つを含む旅行



出典：ATTA

◎ 市場規模

- ・ 欧州・北米・南米で約6,830億ドル（約75兆円, 2017年）。
- ・ 年率11.4%で成長。
- ・ 欧州が約2800億ドル（約30兆円）。北米と南米が続く。

◎ 旅行者一人あたりの現地消費額

- ・ 北米が最も高く、一人あたり3,290ドル（36万円）。
- ・ 3地域全てにおいて、顧客単価は平均の1.7倍～2.5倍



ATWS2021北海道大会開催

2021年9月20～24日（オンライン）→2023年にリアル開催へ

- 旅行会社、宿泊事業者、アウトドアメーカー、観光局・観光協会、メディア、ガイドなど、約60カ国から700～800名の関係者が参加。

◆SDGsへの貢献と持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）の推進に向けて、新たにJNTOとしての取組方針を策定し、取組をより一層強化

SDGs（持続可能な開発目標）

2015年の国連サミットにおいて採択された、持続可能な世界を実現するための**2016年から2030年までの国際目標「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals=SDGs）」**

持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）

UNWTOは「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と**未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光**」と定義

背景：観光をめぐる環境の変化

- ・旅行者の増加による自然環境や地域住民の生活に対する負荷（**観光の負の側面**）の発生
- ・コロナ禍の長期化による**観光業界の大打撃**
- ・旅行者の**地域資源等のサステナビリティ（持続可能性）に対する意識の高まり**

◆世界の旅行者の68%が「旅行に使った**お金が現地コミュニティに還元**されることを望んでいる」

◆世界の旅行者の43%が「旅行に関する選択にさらに配慮することで**現地のコミュニティや経済を支えたい**」と考えている

※Booking.com 調査「旅行が及ぼすインパクトに関する意識の高まり：責任ある旅行の始まり」（2021年4月22日）より引用

ポストコロナを見据えて

観光が、これまで以上に生み出す**負荷や悪影響を最小化する形で回復し、「旅行者から選ばれる観光地」となるため、地域全体でサステナブル・ツーリズムを推進することが求められている**

『SDGsへの貢献と持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）の推進に係る取組方針』の策定と取組の強化

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGsに配慮した 組織運営

SDGsに資する
組織運営の推進

プロモーション活動
における環境保全
への配慮

サステナブル・ツーリズムと ユニバーサル・ツーリズムの推進

観光コンテンツ
収集

海外向け
情報発信

国内関係者への
情報提供

責任ある観光の
推進

ユニバーサル・ツーリズム
の推進

地域の「環境」を 守る・育む



地域の「文化」を 守る・育む



地域の「経済」を 守る・育む



プロモーション活動における環境保全への配慮

- ・プラスチック使用量の削減
- ・紙の宣伝印刷物等の削減
- ・環境に配慮したギブアウェイの作成
- ・再利用可能な備品等の積極的な利用
- ・イベント等におけるフードロスの削減 等

※オフラインで行う事業の実施にあたっては、**企画競争において環境に配慮した提案を求める**



▲TTG Travel Experience 2020 (BtoB旅行博) @イタリア

- ・ブースの部材は可能な限りリユースを行い、**廃材を削減**
- ・**LED照明器具**を使用
- ・**オンラインアンケート**の活用

【ローマ事務所】

観光コンテンツの収集・海外向け情報発信

- ・サステナブル・ツーリズムの観点で**観光コンテンツを整理**
- **パンフレット** (FSC認証など環境に配慮した紙を使用)、**特設ウェブページ**を制作予定

【パリ事務所】

ユニバーサル・ツーリズムの推進

- ・JNTOツーリスト・インフォメーション・センターでは、障がいのある旅行者の意見を反映し、目でも指でも読める**点字**や**聴覚支援システム**を導入する等、**ユニバーサルデザイン対応**を強化



目でも指でも読める点字
「ブレイルノイエ」

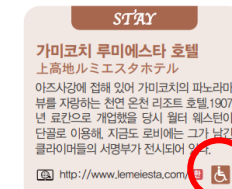


聴覚支援システム
「ヒアリングループ」



【地域連携部】

- ・2020年度に制作した**観光ガイドブック**において**宿泊施設のバリアフリー情報**を掲載



- ・車椅子の貸与・館内の車椅子移動が可能で、バリアフリートイレを保有する施設には、**バリアフリー対応マーク**を付けて対応施設を見える化

【ソウル事務所】

JNTOの経営理念・行動指針

Vision：私たちが目指すこと

私たちは、日本のインバウンド旅行市場を拡大する政府観光局として、**国民経済の発展、地域の活性化、国際的な相互理解の促進、日本のブランド力向上**を実現することにより、**未来の日本をより豊かに、元気に、明るくすることを目指します。**

4つの約束

①国民経済の発展

海外からのお客さまの旅行消費と、関連産業の成長によって国民経済を発展させます。

②地域の活性化

各地の関係者との連携により、海外のお客さまを誘致して地域を盛り上げ、経済を活性化します。

③国際的な相互理解の促進

観光を通じた交流、ふれあいにより、世界各地の方々とお互いの理解を深めあい、友好関係を築きます。

④日本のブランド力向上

日本の魅力を世界に広め、国際的なブランド力、評価をより一層高めます。

Mission 私たちが果たすべき役割

私たちは、国内外の関係者と連携し、公正性・透明性を保ちながら、日本のインバウンド旅行市場を拡大する中核的な存在として、4つの役割を果たします。

1. Information Hub

価値ある情報を集め、分析し、発信します。

2. Coordination

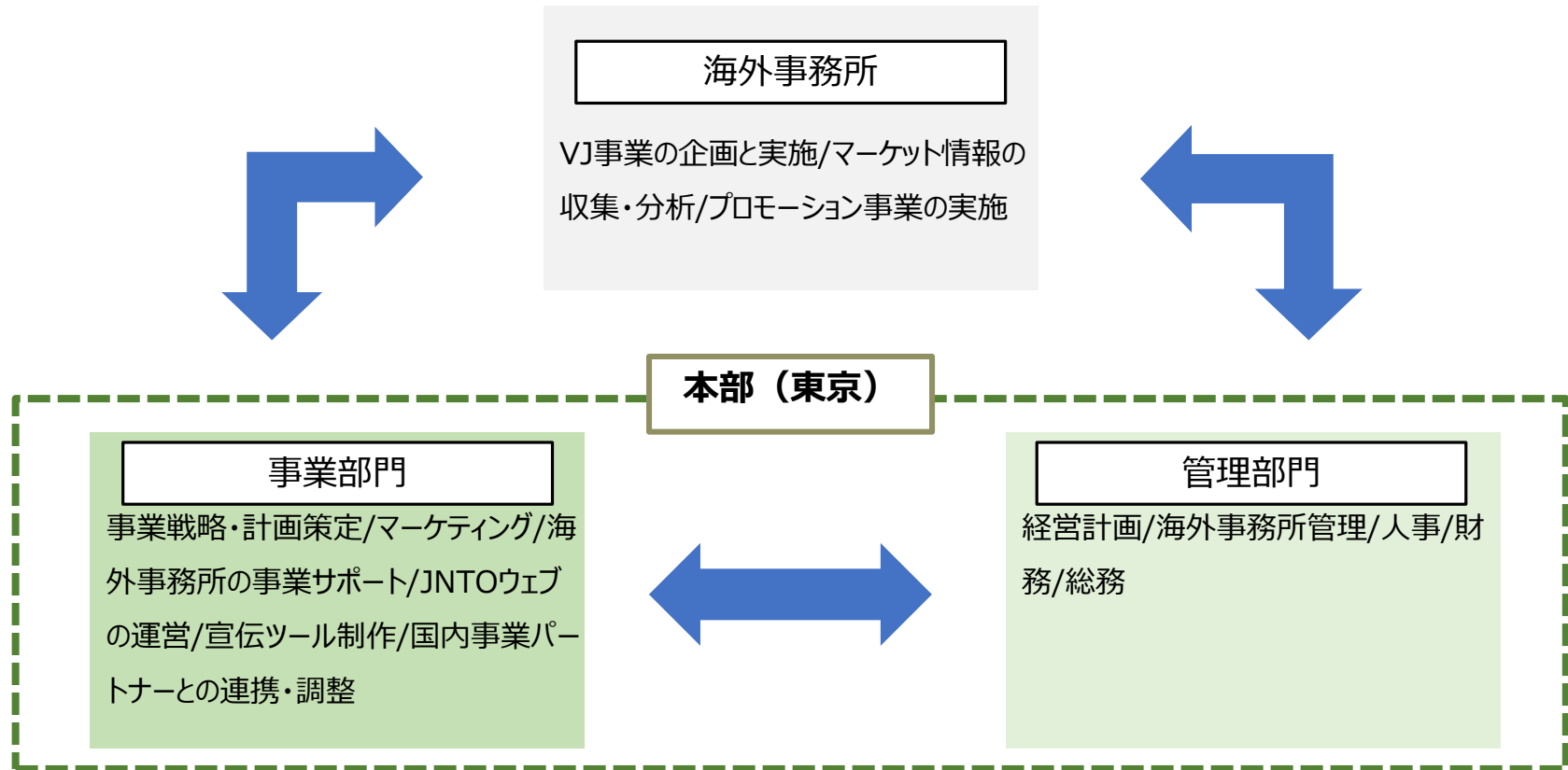
さまざまな関係者のニーズをつなぐネットワークを創造します。

3. Innovation

長期的な視野に立ち、新しい市場を開拓しつづけます。

4. Leadership

的確な戦略と提案により、インバウンド旅行市場を牽引します。



概ね3年を目安としたジョブ・ローテーションで
事業部門／管理部門／海外事務所を経験

希望の海外事務所・部署に配属される？

- 年に一度、異動先の希望を申告する制度があります。

その希望も考慮しますが、本人の適性や人事異動のタイミング等を踏まえた上で、最終的な配属先が決定されます。本部・海外事務所、いずれの部署にも配属の可能性があります。

語学力はどれほど必要？

- 将来的に海外事務所での勤務もあるため、語学力がある方を歓迎します。

ただ、語学力は採用後も伸びること、どの事務所に勤務することになるかは分からないことから、採用時には必須要件ではありません。

「もっと詳しく話が聞きたい」という方は・・・

◎ ご質問・お問い合わせ

→ 採用担当 saiyo@jnto.go.jp

◎ 新卒採用サイト

→ HP <http://recruit.jnto.go.jp>



ご清聴ありがとうございました。