PRESS RELEASE
報道発表資料

JNTO
日本政府観光局

※　本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

2021 年 4 月 23 日

2021 年度の主な取組方針を策定

～ 出入国規制が継続するコロナ禍においても、工夫を凝らし国内外で精力的に取組を実施～

日本政府観光局（JNTO）は、2030 年訪日外国人旅行者数 6,000 万人、訪日外国人旅行消費額 15 兆円等の政府目標の達成に向けて、各国の出入国規制の動向を踏まえつつ、オンラインでの事業を強化するなど工夫を凝らし、国内外で精力的に取組を行います。

海外向けには、将来の国際的な人的往来の再開を見据え、コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信を強化するほか、SNS・ウェブサイトによる観光情報の発信や各種取組を機動的に実施します。また、E コマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信など新たな取組も行います。

国内向けには、海外事務所・本部職員による国内インバウンド関係者に対するコンサルティング・支援や海外市場動向に関する情報提供に注力するほか、プロモーションの本格的再開に向けて地域の良質な観光コンテンツの収集を行います。更には、コロナ禍における新たな取組として、英語で制作したグローバルウェブサイトの豊富な観光情報の日本語化を進め、国内向けの発信も拡充します。

JNTO では、マーケティング機能の拡充に引き続き取り組むとともに、引き続き、海外の旅行業界の動向や旅行者の志向の変化を適切に捉え、政府目標達成に向けて活動してまいります。

＜海外向け：個別の取組＞

1. 東京オリンピック・パラリンピックを契機とした情報発信
2. Enjoy my Japan グローバルキャンペーンの展開
3. アジアにおける大規模キャンペーンの展開
4. E コマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報発信
5. コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

＜国内向け：個別の取組＞

6. 海外事務所による国内インバウンド関係者へのコンサルティング
7. 国内の良質な観光コンテンツの収集と活用
8. グローバルウェブサイトの日本語化と国内向け観光情報発信

＜参考＞

・2030 年目標達成に向けたマーケティング戦略の方向性

添付 1: 2021 年度の主な取組方針　添付 2: 方針を踏まえた個別の取組

【お問い合わせ先】
企画総室　事業プロモーション統括グループ　伊藤・三輪・佐藤
TEL：03-5369-3342　E-MAIL：planning_coordination@jnto.go.jp

JNTO 日本政府観光局

2021年度の主な取組方針

2030年訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等の政府目標の達成に向けて、各国の出入国規制の動向を踏まえつつ、2021年度は下記に取り組む。

海外向け

1．日本で開催される主要イベントと連携した情報発信

2．コロナの状況や出入国規制の変化に対応した、SNS・ウェブサイトによる情報発信その他の各種取組の機動的な実施

3．上質な観光サービスを求める旅行者やテーマ特化型旅行者の誘客に資する関係者との連携強化

4．Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信

5．コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

国内向け

1．海外事務所・本部職員による国内インバウンド関係者（賛助団体・会員・その他）に対するコンサルティング・支援、海外市場動向に関する情報提供の拡充

2．プロモーションの本格的再開に向けた良質な観光コンテンツの収集と分類・整理・活用

3．JNTOウェブサイト日本語化など国内向け情報発信の実施

4．出入国規制の動向やコロナ禍の旅行需要の動向に関する情報収集と国内インバウンド関係者への展開

5．コロナによる環境変化も踏まえたMICE誘致・開催に係る初級から上級までの体系的な人材の育成

JNTOの機能等の強化

1．誘客再開に向けたJNTOのマーケティング機能強化

2．内部統制の強化

JNTO 日本政府観光局

2021年度の主な取組方針を踏まえた個別の取組

Japan. Endless Discovery.

1． 東京オリンピック・パラリンピックを契機とした情報発信

重点メッセージ

- 知られざる地方の観光魅力
  ①認知向上を狙い、知られざる地方の魅力を重点的に発信
  ②多彩な自然があり、多様なアウトドアアクティビティが出来ることを訴求
- アクセシビリティ
  ①移動や活動に制約を伴う障害者、高齢者でも、安心して旅行が出来る体制が整っていることを発信
  ②発信を通じて、旅行先としての評価を向上

プロモーション計画

2． Enjoy my Japan グローバルキャンペーンの展開

- **欧米豪（欧州、北米、豪州）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」**（訪日無関心層）をターゲットに、**「日本が、誰もが楽しむことが出来る旅行目的地」**であることを2018年から継続して発信。
- キャンペーン前後の訪日客数は、**アジアよりも欧米豪が大きく伸長。** 2019年実績（2017年比）：**欧米豪127%**、アジア109%

キャンペーンメッセージ

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。

キャンペーン動画・広告配信

■多様な外国人（家族、カップル、友人旅行等）が、**日本各地**でそれぞれの**パッションを満たす様々なアクティビティ**を楽しむ姿を撮影。
■ターゲットの**興味関心に応じてターゲティング広告**等を配信

オンライン広告結果（2019年度）

総インプレッション数（広告表示回数）： **約30億回**
動画広告視聴回数： **約1億2,500万回**
バナー広告クリック数： **約1,400万回**

キャンペーン前後の訪日客数

2019年実績（対2017年）*重点20市場

欧米豪 127% （385万人→ 490万人）
アジア 109% （2,472万人 → 2,682万人）

新たに制作中のプロモーション動画を活用し、2021年度よりコロナの状況や出入国規制の動向を踏まえ、広告を実施予定。

３． アジアにおける大規模キャンペーンの展開

- **アジア10市場（中国、台湾、香港、韓国、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン）**に存在する**「訪日ライトリピーター（訪日回数2～5回程度）及びその潜在層」を対象にキャンペーン事業を実施。**

キャンペーン概要

■実施内容
体験型コンテンツを中心に、地方ブロックごとに動画制作、サイト制作、広告出稿を実施。
合わせてオンライン旅行会社（OTA）との販促キャンペーンを実施。

■実施時期
2020年度：映像・ウェブ制作、OTA連携に向けた準備・調整
2021年度：コロナの状況や出入国規制の動向を踏まえ、広告を実施予定

【体験型コンテンツ例】
九州・阿蘇エリアで複数の体験型コンテンツを訴求し、消費額の増加と長期滞在を促進

ホーストレッキング

アドベンチャートラック

４． Eコマースによる地域産品の物販を絡めた地域の観光情報の発信

- コロナ禍で厳しい状況にある地方の観光地、観光産業に対する支援として、**地域の観光情報の紹介**に加えて、**地域産品（食品、酒、伝統工芸品等）**を紹介。商品は**既存または新規のEC店舗**で販売。
- 2021年度は、ECサイト取引が活発な**中国市場**を対象に、試行的に全国をカバーする形で実施。

※イメージ

（事業主体）

JNTO

オウンドメディアによる情報発信

事業委託

事業者

広告誘導

①観光コンテンツ情報
②地域産品情報

地方自治体・DMO

会員・賛助団体

地域産品メーカー・農家等

地方の観光・宿泊施設

商品選定・仕入れ

観光情報発信プラットフォーム

- 各地域の観光情報の提供。
- 少なくとも全国8ブロック（北海道、東北、関東、北陸・中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄）で実施（年間8回以上）。
- 紹介内容に“お土産購入（物販）”を組み込む。

ユーザー誘引

ECプラットフォーム

- 既存または新規のEC店舗と連携し、上記で紹介されたお土産を中心に幅広い商品を掲載し、購買を促進。

５．コロナ禍における訪日旅行の不安払拭に向けた情報発信

①コロナ関連情報のウェブサイトを通じた情報提供

・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等の提供を継続
・訪日旅行の不安払拭に向けた情報を届けるページを5言語*で新設（英語：4/20公開、その他言語：5月予定）
*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）

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

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等を掲載

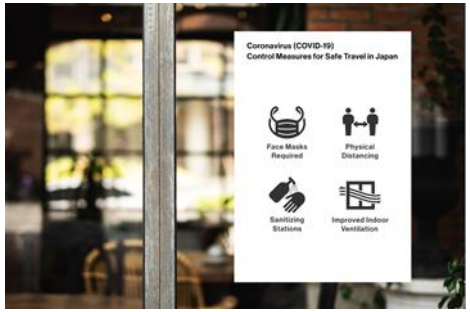
② 日本の新型コロナウイルス感染症対策等を伝えるピクトグラムの制作

・新型コロナウイルス感染症対策、外国人旅行者向けの緊急時対応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

* 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

・地方自治体・DMO や観光関連事業者等も自由に利用可能
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/topics/20210226.pdf

【使用例】
- 旅行者向けウェブサイト・SNS
- 旅行会社向けウェビナー
- 感染症対策を示す店舗ポスター



６．海外事務所による国内インバウンド関係者へのコンサルティング

- コロナ禍により国外出張が控えられたことを受け、対面でのコンサルティング活動に代わる機会として、賛助団体・会員を対象とし、「オンライン個別相談会」を新たに実施。

- 海外の現地情報を直接得る機会として、賛助団体・会員からの高い評価を受け、2021年度も継続して実施。

2020年度実績：19の海外事務所により、**約400件のコンサルティング**を実施

オンライン個別相談会実施後の連携事例

・個別相談会に参加した団体が海外事務所主催のオンライン商談会に参加する等、賛助団体・会員と海外事務所間の連携強化が進展。

・海外事務所と個別相談会に参加した団体との間で観光情報の共有が行われ、海外事務所が所有するSNSでの情報発信に繋がる等、関係が深化。

７． 国内の良質な観光コンテンツの収集と活用

① Experiences in Japan

- 外国人観光客の受入体制が整った「体験型コンテンツ」をDMO・地方自治体などから募集
- 外国人目線で選定した優良コンテンツをJNTOの訪日プロモーションに活用

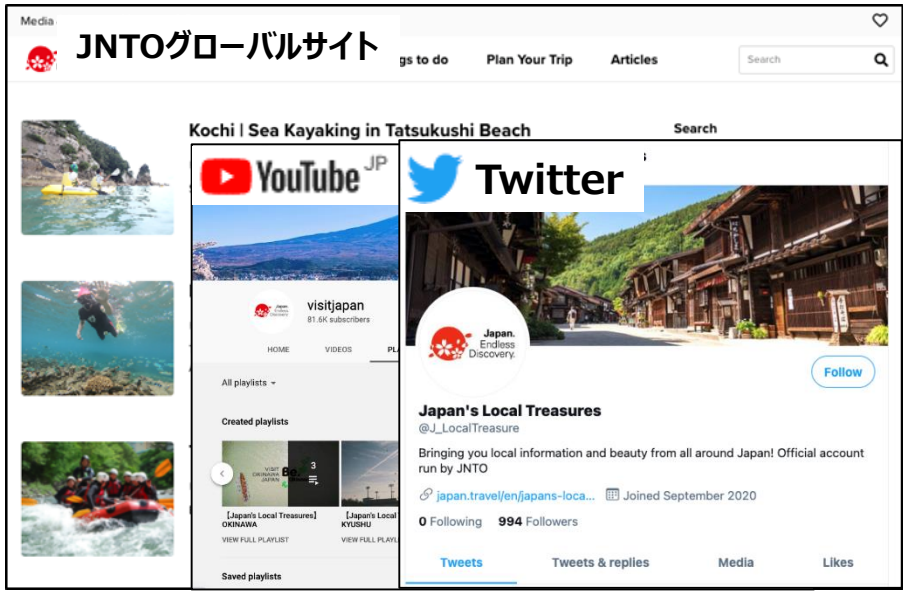
対象　　：DMO・地方自治体
収集情報：体験型観光コンテンツ（アクティビティ等）
利用方法：ウェブサイト・SNSでの発信
　　商談会での紹介
　　旅行会社・メディア招請事業の行程に反映

プライム・スクーバ石垣（沖縄県石垣市）

②Japan’s Local Treasures

- DMO・地方自治体が制作した記事や動画を募集し、JNTOのオウンドメディアで発信

対象　　：DMO・地方自治体
収集情報：地域情報（全般）
　　施設・体験型コンテンツ情報等
利用方法：ウェブサイト・SNSでの発信



８． グローバルウェブサイトの日本語化と国内向け観光情報発信

- これまでに収集した各地域の良質な観光コンテンツを、国内向けにわかりやすく周知するために、JNTOの公式グローバルウェブサイト(英語)の日本語化に着手。
- 第一弾として、体験型観光コンテンツを集めた”Experiences in Japan“ページのうち、 263コンテンツを2021年3月に日本語で公開。
- 日本国内の観光地別・旅行者の興味関心別に多様な観光情報を紹介する「Destinations」・「Things to do」ページについても、約1,000ページを4月に日本語で公開。
- 今後、残りのページについても日本語化を実施。

（参考）2030年目標達成に向けたマーケティング戦略の方向性

JNTO 日本政府観光局

目指すべき方向性	市場の多様化	消費単価の向上	国内での地域分散
	アジア・欧米豪など 各地域からの更なる誘客	滞在体験の上質化と 戦略的なターゲティング　等	受入地域の偏重の是正

JNTOの対応の方向性			
	客観的なデータに基づくマーケティングの高度化 • 各市場のマーケットニーズの的確かつ継続的な把握 • デジタルマーケティングの更なる活用 • ネットワーク効果を活用した航空会社との連携強化　等	**新たなパートナーと連携したプロモーションの展開** • 市場分析に基づく事業計画の策定 • 連携先の拡大による潜在顧客情報の収集 • MICE需要の更なる取込 等	**地方誘客に向けた地域や省庁との連携の強化** • 受入地域（自治体・DMO）との連携強化 • 良質なコンテンツホルダーや宿泊施設との連携 • 省庁連携の強化 等