

※ 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。

2022年4月15日

## 出入国規制の動向を踏まえ、機動的にプロモーションを展開

～インバウンドの回復に向けて、高付加価値・サステナブル・アドベンチャーを重点化～

日本政府観光局（JNTO）では、「2022年度の主な取組」を策定しました。新型コロナウイルス感染症や出入国規制の動向、他国の観光客受入再開の状況、コロナ禍を経た旅行者の意識の変化等を踏まえ、以下について重点的に取り組みます。

- ◎ 出入国規制の動向等を踏まえた**機動的なプロモーションの展開**
- ◎ 旅行消費額増に資する**「高付加価値旅行」**の推進
- ◎ SDGs への意識や旅行者ニーズの高まりを踏まえた**「サステナブル・ツーリズム」と「アドベンチャートラベル」**の推進

また、以下の項目についても、的確に対応していきます。

- ・ **国内外メディアとの連携強化**による訪日旅行の魅力の発信
- ・ 地方誘客促進に向けた**国内インバウンド関係者との関係強化**
- ・ MICE 国際団体と連携した**国際会議の誘致強化**

JNTO では、別添の「2022年度の主な取組」を策定しました。

デジタルプロモーションなど訪日旅行の認知拡大に向けた取組を継続するほか、観光目的での訪日が再開された市場から、誘客促進と訪日航空路線の回復の後押しとなる事業を速やかに実施します。また、入国手続きや旅行中の緊急時対応等の旅行者が求める情報を、分かりやすく提供していきます。

更には、高付加価値旅行先としての日本の魅力訴求、持続可能な旅行先としての認知度向上につながる情報発信、「ATWS2023 北海道」（Adventure Travel World Summit）に向けた日本全国の魅力の発信を強化します。

その他、国内におけるメディアとの連携の強化、DMO や地方自治体等の関係者へのコンサルティング、MICE 国際団体への働きかけなど、引き続き、海外の旅行・航空業界の動向や旅行者の意識変化等を適切に捉え、インバウンド再開に備えたきめ細やかなマーケティングを進めてまいります。



高付加価値旅行を取り扱う旅行会社との商談



「世界の持続可能な観光地 100 選」  
(2020年) に選ばれた白川郷

### 【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

TEL : 03-5369-3342 E-MAIL : [planning\\_coordination@jnto.go.jp](mailto:planning_coordination@jnto.go.jp)

## 2022年度の主な取組

新型コロナウイルス感染症や出入国規制の動向、他国の観光客の受入再開の状況、コロナ禍を経た旅行者の意識の変化等を踏まえ、インバウンド回復に向けて、以下の取組を推進。

1. 出入国規制の動向等を踏まえた**機動的なプロモーション**の実施
2. 旅行消費額増に資する**高付加価値旅行**の推進
3. 地方誘客に資する**サステナブル・ツーリズム、アドベンチャートラベル**の推進
4. **国内外メディアとの連携強化**による訪日旅行の魅力の発信
5. 地方誘客促進に向けた**国内インバウンド関係者**（賛助団体・会員・その他）との関係強化
6. **MICE国際団体と連携**した国際会議の誘致強化

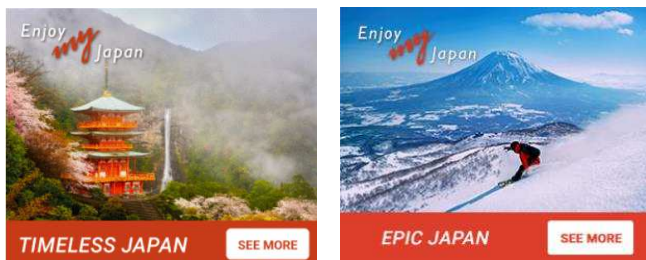
# 1. 機動的なプロモーションの実施

- 各国が観光客の受入れを再開する中、旅行者の興味関心に対応したデジタルプロモーション等、**訪日旅行の認知拡大・興味関心度向上**に向けた取組を継続。
- 今後、**観光目的での訪日が再開された市場**から、**誘客促進とインバウンド再開の前提となる訪日航空路線の回復**の後押しとなる取組を速やかに実施。
- 同時に、**日本入国時の手続き**や**旅行中の緊急時対応**の情報を、わかりやすく提供。

(主な取組)

## 認知拡大に向けた取組

欧米豪市場の訪日無関心層を  
対象としたEnjoy my Japan  
グローバルキャンペーン

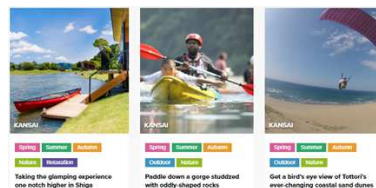


## 誘客・路線回復に向けた取組

航空会社・旅行会社との  
共同広告



アジアのリピーターを対象とした  
誘客キャンペーン



## コロナ禍の実用情報の提供

コロナ特設ページ\*での  
出入国情報等の提供



## 2. 高付加価値旅行の推進

- 観光を通じた経済活性化の観点から、旅行消費額増に資する**高付加価値旅行を推進**。
- 観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり検討委員会」での議論を踏まえ、**組織横断で取組を強化**。

- ① 高付加価値旅行向け**観光コンテンツの収集・蓄積**の強化
- ② 日本の**国内プレイヤーのネットワーク化**
- ③ 高付加価値旅行を取扱う**海外旅行会社とのネットワーク拡充・海外セールス**の強化 (BtoB)
- ④ 効果的な**情報発信・アプローチの実践・強化** (BtoBtoC、BtoC)



## 2. 高付加価値旅行の推進（取組例）



Virtuoso年次総会での商談



The Essence of Luxury Travel

### 富裕旅行商談会を通じたネットワーキング強化

#### 富裕旅行コンソーシアム等が主催する商談会への出展

- The Essence of Luxury Travel（スペイン、2022年3月）
- Virtuoso Travel Week（米国、2022年8月）
- ILTM Asia Pacific（シンガポール、2022年9月）
- Further East（インドネシア、2022年11月）
- ILTM Cannes（フランス、2022年12月）

#### JNTOによる商談会の主催

- Japan Luxury Showcase（日本）
- ラグジュアリー商談会（英国）



### コンソーシアム等と連携したテーマ性のある高付加価値な旅行コンテンツの情報発信

- ・ The House of BeyondやSerandipians（2021年Traveller Madeから改称）加盟の海外エージェントへ向けたニュースレター発信
- ・ コンソーシアム等のInstagramやFacebook上での情報発信

### 3-① サステナブル・ツーリズムの推進

- **持続可能な開発目標 (SDGs)** に対する意識の高まりを受け、環境に配慮しつつ、旅行を通じ地域を支える**サステナブル・ツーリズム (持続可能な観光)** \*を推進。
- **サステナビリティを体現する観光コンテンツ**の**海外向け情報発信**を強化。
- セミナー・コンサルティング等を通じて、**国内向けの情報提供**を推進。

(2021年度の取組)

**サステナブル・ツーリズムの3要素 (環境・文化・経済)** を  
体現する**50の施設・アクティビティ**を紹介する  
**デジタル・パンフレット**を制作。



(2022年度の取組)

- **特設ページ開設、広告・広報**等により、**旅行者向けの情報発信**を強化。
- 高付加価値旅行・MICE等の**商談会**で、海外の旅行業界向けにも紹介。
- 賛助団体・会員ほか国内の**地方自治体・DMO等向けのセミナー**を通じ、優良事例等を共有。

\*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 (UNWTO)

# (参考) サステナブル・ツーリズムのコンテンツ例

## サステナブル・ツーリズムの定義（国連世界観光機関：UNWTO）

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



©Yamabushido

### 「山伏修行体験」（山形県）

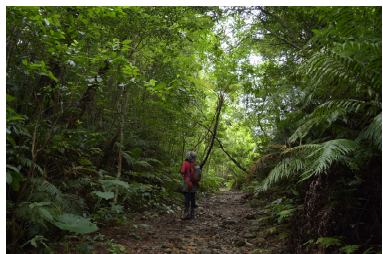
- ・ 先達の案内による出羽三山（磐梯朝日国立公園内）での山伏体験。
- ・ 売上の一部を地域に寄付。



### 「白川郷」（岐阜県）

- ・ 世界文化遺産認定。車両進入制限等を行い、景観保全に配慮。
- ・ 観光庁「日本版持続可能な観光指標（JSTS-D）」モデル地区（2021年）、「世界の持続可能な観光地100選\*」（2020年）に選出。

\*持続可能な観光地の国際認証団体Green Destinationsが毎年発表する“Green Destinations Top100”のこと。



©okinawa nature office

### 「金武町・やんばるバードウォッチング」（沖縄県）

- ・ 日本有数の探鳥地の金武町、世界自然遺産のやんばるエリアを40年以上の野鳥観察歴のあるローカル・ガイドが案内。
- ・ 地元農家と野鳥の共生に向けた活動を行う。

## 3-② アドベンチャートラベルの推進

2023年の北海道開催が決定した「**ATWS2023 北海道**」(Adventure Travel World Summit\*) の開催に向けて、コロナ禍でニーズが高まる**アドベンチャートラベル**(AT) に関する日本全国の魅力発信を強化。

(主な取組)

- **Adventure ELEVATE 2022** (ATTAの北米商談会、米国・5月)、**ATWS2022** (スイス・10月) への参加を通じ、**AT専門旅行会社・メディアとの関係を強化**。
- 観光庁・地方運輸局・地方自治体・DMO等と連携し、**JNTOウェブサイトのAT特設ページ**を拡充。
- ATTAとの連携や広告発信等により、**日本全国のATモデルルートやアクティビティの魅力**を発信。



AT特設ページ

[www.japan.travel/adventure/en/](http://www.japan.travel/adventure/en/)

\*アドベンチャートラベルの国際組織 (Adventure Travel Trade Association) が主催するアドベンチャートラベル (AT) に関する世界最大のネットワーキングイベント

\*ATとは、「アクティビティ・自然・文化体験」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行。



## アドベンチャートラベル (AT) の定義・特徴

- 「アクティビティ・自然・文化体験」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行  
※アドベンチャートラベルの国際組織 ATTA (Adventure Travel Trade Association) による定義
- 市場規模は欧米で約72兆円 (2017年)。
- アドベンチャートラベラーは、一人当たり消費額が高く (北米からの旅行者で一人当たり着地で36万円)、地域への還元・雇用効果が高いのも特徴

出典：ATTA、Euro-Monitor

### 「長野の古道を巡る旅」 (長野県)



© Nagano Tourism Organization

江戸時代に大名や農民、修験者等の旅人が通った中山道や御嶽山等の信仰の道を歩き、宿場町や宿坊等に宿泊しながら歴史・文化に触れるツアー

### 「世界自然遺産の屋久島で黒見岳登山とリバーアクティビティ」 (鹿児島県)

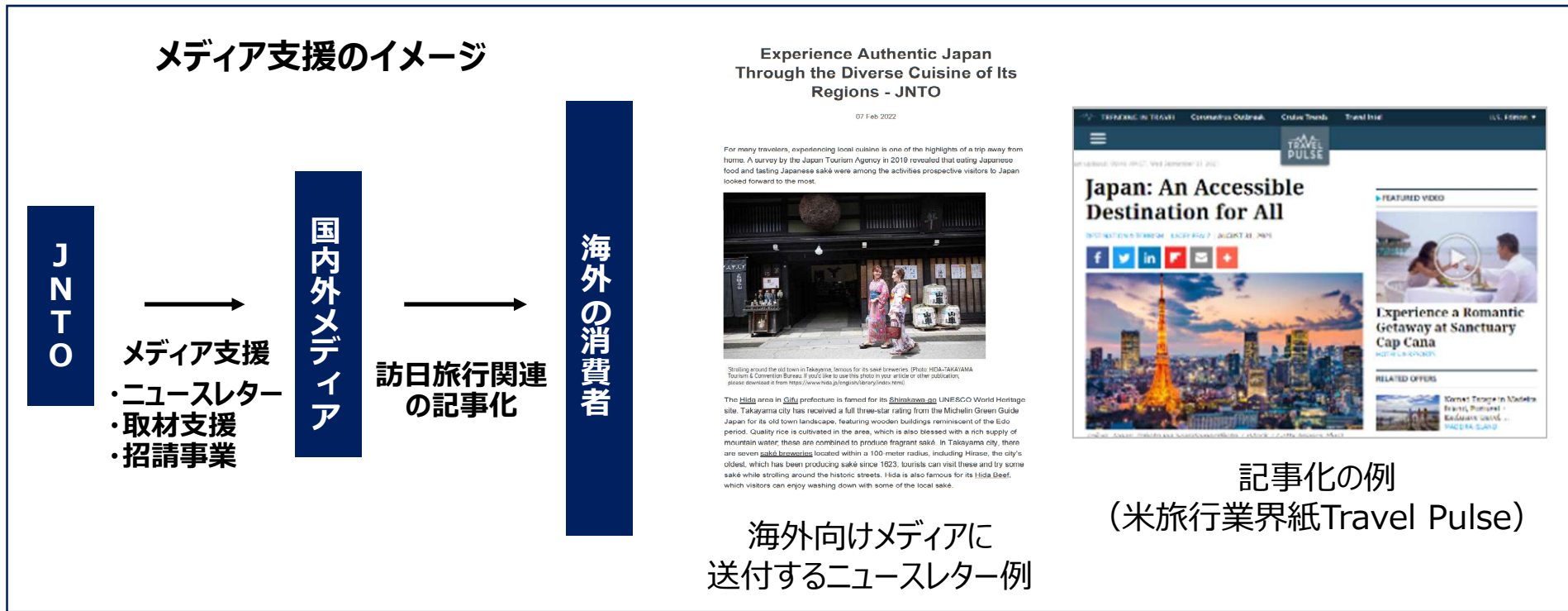


© Kyushu Tourism Promotion Organization

屋久島でトレッキングやリバーカヤック等を体験し、豊富な雨がもたらす水の恵みや生命を体感し、自然とふれあう喜びを味わうツアー

## 4. 国内外メディアとの関係強化

- オウンドメディア（JNTOウェブサイト・SNS）や広告に加え、東京オリパラ関連事業のレガシーを引継ぎ、**国内外メディアを通じた情報発信を強化**。
- 海外メディアのほか、**在日本の海外向けメディア**との連携を拡大。
- メディア向けニュースレター等を通じ、**新規開業施設やイベント等の最新の観光情報**を提供。**訪日旅行関連の記事化**を促進し、認知度向上を図る。



## 5. 国内のインバウンド関係者との連携強化①

地方誘客促進のため、地域から収集した良質な観光コンテンツを海外向けに発信

### (1) Experiences in Japan

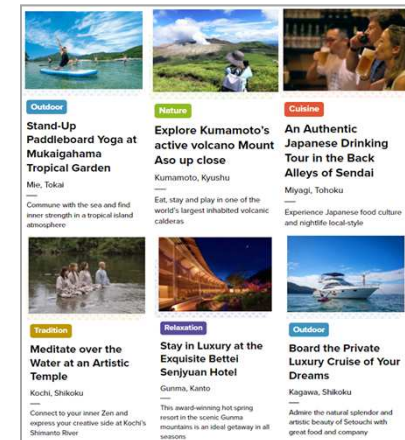
- 外国人旅行者の受入体制が整った「体験型コンテンツ」を地方自治体・DMO等から募集。
- 外国人目線で選定した優良コンテンツを各種プロモーションに活用。  
(ウェブ・SNS発信、ニュースレター、招請事業の行程等)

### (2) Fun From Home

- 地方自治体等（JNTOの賛助団体・会員）から配信団体を募集。
- 全国各地の旬の魅力を、JNTO海外事務所のFacebookを通じてライブ配信。

### (3) 広域連携DMOとの共同プロモーション

- 地方の誘客促進を図るため、広域連携DMOと連携を強化。
- 海外ニーズを踏まえたコンサルティングを行うとともに、デジタルマーケティング支援（ウェブサイト、SNS）、デジタル広告等を実施。



Experiences in Japan  
ウェブページでの  
体験型コンテンツ紹介



過去のFun From Home  
配信の様子  
(山梨県笛吹市)

## 5. 国内のインバウンド関係者との連携強化②

地方の観光コンテンツの質の向上、プロモーションの高度化を促進するため、**最新の海外の市場動向等の情報提供**や**コンサルティング**を実施。

(主な取組)

### <賛助団体・会員向け>

- 各海外事務所長が最新の市場動向を講演するとともに、賛助団体・会員の個別相談にも応じる「**インバウンド旅行振興フォーラム**」を実施。
- その他、市場ごとに「**オンライン個別相談会**」を行うほか、マーケティングや特定テーマを掘り下げた講演を行う「**テーマ特化型セミナー**」、JNTOと参加者同士が意見交換を行う「**テーマ特化型実務担当者交流会**」を開催。

### <地方自治体・DMO向け>

- **デジタル・マーケティング**等をテーマとした**セミナー**を実施。
- インバウンド促進に向けた地域の課題解決を目的に、地方自治体・DMOを対象とした**個別コンサルティング**を実施。



オンラインでのコンサルティング



## 6. MICE国際団体と連携した国際会議の誘致強化

- IAPCO（国際PCO協会）\*とデスティネーション・パートナーシップを締結（2021年8月）
- 同協会との連携し、**国際会議開催地としての魅力発信**と**誘致活動**を強化。

（主な取組）

### <海外向け>

- **IAPCO総会**（エルサレム、2023年2月）等で、**国際会議開催地としての日本の魅力を訴求**。
- IAPCO会員の中でも、国際会議の開催地選定に影響力のある**コアPCO\*\***との**ネットワーク構築とセールスを強化**。
- 開催地となる日本の各都市の特徴的な**学術・産業の集積や強み、会議施設や周辺観光地の魅力等の情報を発信**。

### <国内向け>

- 国内MICE関係者向けに、**IAPCO幹部による研修を実施**。



IAPCO総会2022(ハイブリッド)での日本プレゼンテーション



会員向けデジタル情報誌「The PCO」での会議開催事例の紹介

\*国際会議運営専門会社（PCO=Professional Congress Organiser）等が加盟する国際団体。1968年設立、世界40カ国、139社のPCOが加盟（2021年8月現在）。

（参考）JNTOとIAPCOとのパートナーシップ締結に係る報道発表：[https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/20210802.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/20210802.pdf)

\*\*国際会議を主催する国際団体・学術協会本部と契約し、国際会議の企画や準備・運営をグローバルに担うPCO