

地域の観光資源を活用したプロモーション事業 令和3年度関東運輸局ブロック方針

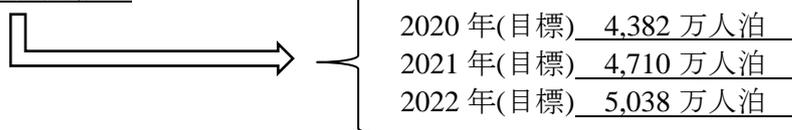
関東運輸局観光部国際観光課

1.【基本方針】

観光庁から示された、「地域の観光資源を活用したプロモーション事業令和3年度実施方針」(別添)等に基づき、地域固有の魅力ある観光資源を、地域特性を活かし、戦略的かつ効果的にプロモーションする。

2.【目標(KPI)：管内の訪日外国人延べ宿泊者数】

2019年(実績) 4,054万人泊



※新型コロナウイルス感染症による影響前の試算。(2019年実績に基づき、2030年目標までの推計値)

3.【取組を強化する対象国】

- ・最重点対象国 [欧米豪]
- ・準重点対象国 [東アジア圏]
- ・その他取組すべき対象国 [東南アジア圏]

4.【取組を強化するテーマ】

- ・欧米豪市場を対象としたもの
- ・アジア市場においては、FIT層、リピーター層、未訪日層を対象としたもの
- ・オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした訪日誘客促進
- ・新型コロナウイルス感染症後の新たな旅行トレンドに対応したもの

5.【地域戦略】

- ・国際線発着枠の増加が見込まれる空港、港湾等のゲートウェイや、発展した交通体系を活用し、訪日外国人観光客がより広域に周遊する効果が期待できる事業を実施し、多様化する個人旅行ニーズへの対応や拡大するリピーター層の更なる訪日を促進
- ・高所得者層や長期滞在者誘客、オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした欧米豪市場の訪日無関心層等の新たな市場を開拓
- ・関係省庁や自治体等が実施する観光振興に資する取組と連携し、地域の観光資源を極め、地方への誘客を強化
- ・新型コロナウイルス感染症(COVID-19)後の新たな旅行トレンドに対応した誘客への取組

6.【戦略及び主な取組】

対象市場	ターゲット	地域ならではの訴求テーマ	取組の方向性
欧米豪	FIT層、高所得者層、スポーツ観戦者層	体験(日本文化、自然)、食、スポーツ(アクティビティ、オリパラ競技等)	情報発信を強化し、旅行先としての認知度向上を図る。
東アジア圏	FIT層、高所得者層、リピーター層	都市観光とショッピング、自然風景、食、体験(日本文化)	地方の魅力発信を強化し、リピーター層の更なる取り込み及び未訪日層の開拓を行う。
東南アジア圏	FIT層、高所得者層、団体旅行者層	体験(日本文化)、食、自然風景	地方の魅力発信を強化し、リピーター層の更なる取り込み及び未訪日層の開拓を行う。