

## 【基本方針】

「地域の観光資源を活用したプロモーション事業・令和4年度観光庁実施方針」、「JNTO訪日プロモーション方針」等に基づき、関東エリア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を実施する。

## 【目標(KPI):管内の訪日外国人延べ宿泊者数】

2020年(実績) 732万人泊



2030年目標 6,411万人泊

## 【取組を強化する対象国】

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

## 【取組を強化するテーマ】

- ・欧米豪市場における訪日無関心・低関心層を対象としたもの
- ・アジア市場におけるリピーター・未訪日層を対象としたもの
- ・富裕旅行者層や長期滞在者の誘客を目的としたもの
- ・地域ならではの食、自然、伝統文化等体験、アウトドアに関するもの

## 【地域戦略】

- ・関東エリアの発展した交通体系を活用し、with/afterコロナを見据えて、訪日外国人観光客が広域に周遊する効果の期待できるプロモーションを地域連携の強化により促進
- ・富裕旅行者層や長期滞在者の誘客、欧米豪市場における訪日無関心・低関心層に対する新規訪日需要の開拓、アジア市場におけるリピーター層の更なる訪日促進・未訪日層の掘り起こし強化
- ・新型コロナウイルス感染症収束後の旅行トレンドや安全・安心、SDGsへの貢献、サステナブルツーリズムの推進など新たな観光の潮流に対応した誘客への取組

## 【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   |
|---------|-------------------------------|--------------------------|--|
| 欧米豪市場   | 20～40代旅行者層、高所得者層、訪日無関心・低関心層   | 日本食、自然・景勝地、伝統文化等体験       | 訪日無関心・低関心層への新規訪日需要を開拓するとともに、高所得者層や長期滞在者の誘客に向けて、関東エリアにおける魅力ある観光資源の情報発信等を強化する。 |
| 東アジア市場  | 20～50代旅行者層、高・中所得者層、リピーター・未訪日層 | 日本食、自然・景勝地、伝統文化等体験、アウトドア | 旅行者ニーズへの対応、リピーター層の拡大、未訪日層の誘客に向けて、関東エリアにおける魅力ある観光資源の情報発信等を強化する。               |
| 東南アジア市場 | 20～50代旅行者層、高・中所得者層、リピーター・未訪日層 | 日本食、自然・景勝地、伝統文化等体験       | 旅行者ニーズへの対応、リピーター層の拡大、未訪日層の誘客に向けて、関東エリアにおける魅力ある観光資源の情報発信等を強化する。               |