

<2022年度地域ブロック方針>

関東運輸局

【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。