

地域の観光資源を活用したプロモーション事業 令和2年度関東運輸局ブロック方針

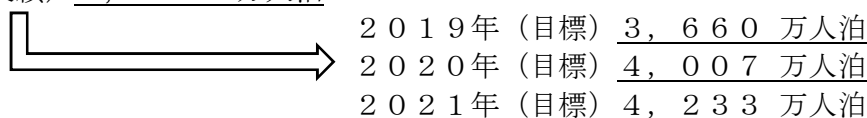
関東運輸局観光部国際観光課

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2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】

2018年（実績） 3,312 万人泊



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・パラリンピックを契機とした訪日誘客促進

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回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やリピーター層の取り組み強化を図る。
- ・ オリンピック・パラリンピック開催を契機とし、欧米豪市場や長期滞在者、高所得者層、訪日無関心層等の新たな市場を開拓する。
- ・ 関係省庁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、地方創生の礎を築く。

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。

令和元年 7 月

地域の観光資源を活用したプロモーション事業 令和 2 年度実施方針

観光庁国際観光課

地方運輸局・沖縄総合事務局（以下、「地方運輸局等」という。）は、訪日外国人旅行者の地方部への誘客を加速させるため、訪日外国人旅行者の多様なニーズを踏まえ、地方（自治体及び民間企業等）の発意の元に自らが主体となり、日本政府観光局（以下、「JNTO」という。）とも連携しつつ、以下の方針に沿って、地域の魅力ある観光資源を戦略的かつ効果的に発信する。

事業実施の基となる事業計画は、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成 28 年 3 月 30 日「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」決定。以下、「観光ビジョン」という。）及び「観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2018」（平成 30 年 6 月 12 日「観光立国推進閣僚会議」決定。以下、「観光ビジョン実現プログラム」という。）の趣旨を踏まえつつ、2018～2020 年訪日プロモーション全体方針と市場別方針（以下、「訪日プロモーション 3 年方針」という。）並びに地域の実情に応じて地方運輸局等が定める地域ブロック方針との整合を図ることとし、策定された事業計画は観光庁と JNTO が確認することとする。

1. 【地域ブロック方針】

地方運輸局等は、統一フォーマットを用いて、地域の実情に応じた地域ブロック方針を定め、管内の訪日外国人延べ宿泊者数の目標や、訴求するテーマ、最重点市場等を設定し、観光庁と JNTO の確認を受けること。

2. 【事業計画】

地方運輸局等は、1. で定める地域ブロック方針及び訪日プロモーション 3 年方針に基づき、JNTO のデジタルマーケティング等による分析結果を踏まえた事業計画を策定すること。事業計画において、対象市場・ターゲット・訴求コンテンツを設定し、実施する事業は、5.（2）で示す地域の観光資源を活用したプロモーション事業とすること。なお、事業計画は、観光庁、JNTO 及び地方運輸局等による、3 者合同会議の場で確認し、決定する。

3. 【広域連携】

広域での事業構築・連携が行われていることを基本とする。ただし、観光ビジョン及び観光ビジョン実現プログラムの趣旨に沿う事業であって、広域に対して波及効果が期待される事業は、この限りでない。

4. 【他事業との整合性】

広域周遊観光促進のための観光地支援事業等、他事業で行う情報発信又はプロモーションと類似する内容の事業と判断されるものについては、当事業では実施しないこととする。

5. 【事業実施要件】

当該事業は、以下の要件を必ず満たすものとする。なお、(2)の対象については今後追加もありうる。

- (1) バス、タクシー又は鉄道等の公共交通事業者を実施主体に含めること
- (2) 下記に示す、今後政府が観光コンテンツとしての活用を推進し訪日外国人旅行者の満足度を向上させるための環境整備を行う地域の観光資源のいずれかを含むこと
 - ① 国立公園（全国 34 箇所）
 - ② 世界遺産、日本遺産、文化財保護法の規定に基づく指定文化財（国宝・重要文化財、舞台芸術、地域伝統芸能、史跡、名勝、天然記念物、伝統的建造物保存地区など）等
 - ③ SNS等の分析から訪日外国人からの興味・関心が高まりつつある地域の魅力ある観光資源（新たな観光資源の開拓）
- (3) 1事業あたりの総事業費が原則年 1,000 万円以上のものであること。なお、総事業費には、当該事業の実施に真に必要な範囲に限り、連携先の旅費を含めてもよいものとする。
- (4) 同一の事業を継続して実施できる期間は、最長 3 年間とする。

6. 【事業の重点化】

以下に該当する事業を重点的に実施すること。

- (1) アジア市場においては、拡大するリピーター層の更なる訪日の促進、多様化する個人旅行ニーズに対応する多彩な旅行テーマの提案、未訪日層の掘り起こしの強化を図るものであること
- (2) 東京 2020 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客の誘客を促進するもの
- (3) 欧米豪市場を対象としたもの
- (4) 高所得者層や長期滞在者の誘客を目的としたもの
- (5) 閑散期対策など、年間を通じた訪日需要の創出につながるもの
- (6) 航空便・クルーズ船の新規路線誘致等に資するもの
- (7) 関係省庁が実施する観光振興に資する取組と連携するもの

7. 【国の負担割合】

- ・事業効果が分析可能であり、その分析結果を JNTO の行うデジタルマーケティング等に活用できる事業（以下、「基幹事業」という。）について、国は原則事業費の 1/2 を負担する。
- ・その他の事業については、基幹事業に付随して行う事業とし、国は原則事業費の 1/3 を負担する。
なお、基幹事業に付随して行う事業のみで構成される事業計画は認められないものとする。
- ・「基幹事業」及び「基幹事業に付随して行う事業」の具体的な事業種別については、以下の表に示すものとする。

基幹事業	基幹事業に付随して行う事業
イベント・旅行博等出展、メディア招請、旅行会社招請、共同広告、インターネット（WEB・SNS）、海外現地商談会、セミナー、海外現地メディア説明会、トラベルマート、旅行会社等セールスコール、純広告、映像制作	印刷物製作、その他で事業類型に合致しないもの

8. 【対象市場】

- ・令和元年度訪日プロモーション重点 20 市場（中国、韓国、台湾、米国、香港、豪州、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、カナダ、英国、フランス、ドイツ、フィリピン、ベトナム、インド、ロシア、イタリア、スペイン）
- ・重点 20 市場以外の欧米豪市場
- ・上記以外の市場で、6. で示す項目に該当する市場

9. 【対象市場のエリア別の目標構成比率】

本事業の実施にあたっては、過年度の事業実績を踏まえ、全事業における対象市場のエリア別の目標構成比率を以下の通り定める。地方運輸局等の事業計画は当該比率を踏まえて決定するため、地方運輸局等の事業計画について個別に調整することがありうるものとする。

※対象市場のエリア別の目標構成比率

(重点 20 市場)

- ・東アジア市場 40%以上
- ・東南アジア市場 20%程度
- ・欧米豪市場 40%程度
- * インドは欧米豪市場に含むものとする。

(重点 20 市場以外の市場)

- ・その他 数%

10. 【事業進捗の把握及び評価体制の構築】

地方部への誘客を加速化させる具体的な効果が得られる事業とするため、以下の通り、事業の進捗管理及び事後評価を行い、戦略的に事業を実施する。

- (1) 観光庁及び JNTO において事業の進捗状況を把握するため、地方運輸局等は、四半期毎に契約等の状況をまとめ報告を行うこと。
- (2) 受託事業者からの報告等を通じて、全ての事業について成果指標の把握を徹底すること。併せて、事業実施後、速やかに V J ネットに成果を登録すること。
- (3) 地方運輸局等は、成果管理に係る統一フォーマットを用いて自己評価を行い、地域の観光情勢に精通した外部有識者による事業評価を受けること。なお、その時期、方法等については別途通知する。
- (4) 地方運輸局等は、(3) の評価結果を観光庁及び JNTO に報告すること。
- (5) 観光庁及び JNTO は、(4) の報告を受けた後に、事業の継続・改善・廃止について検討を行い、最終的な評価を行うこととする。
- (6) 観光庁及び JNTO 並びに外部有識者から受けた評価や意見は、次年度以降の事業計画に反映させること。
- (7) 事業から得られた写真や動画などのコンテンツ及び地域の観光資源に係る情報等については、JNTO が活用しやすく整理し、提出すること。

以上

参考:令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業 【成果指標】① 現地旅行会社向け事業 (B to B)

No.	事業類型 (VJnet 個別事業区分)	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
1	旅行会社招請	招請人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数
	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外の旅行会社等の関係者を国内に招請し、ツアー等造成・販売による送客を支援する事業。原則として、国内観光地の視察を伴う。 ● 教育旅行に関連した教育機関関係者の招請を含む。 		※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ●「造成ツアー送客数」については9ページを参照。
2	現地海外商談会	商談件数、参加人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数
	<ul style="list-style-type: none"> ● 対象市場の旅行会社等の関係者（教育機関関係者を含む）を招集した商談会を対象市場で開催し、ツアー等造成・販売による送客を支援する事業。 (注) 日本国内で行う商談会の場合は、「トラベルマート」を選択	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。	※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ● アウトカム②③には、「参加団体による評価」「商談成約件数（見込みを含む）」を指標として設定することも可(任意)。 ● 「造成ツアー送客数」「参加団体による評価」については9ページを参照。
3	トラベルマート	商談件数、参加人数	造成ツアー本数、造成ツアー送客数、
	<ul style="list-style-type: none"> ● 訪日ツアーの造成と訪日外国人旅行の拡大を図るために、海外の訪日旅行取扱旅行会社の責任者等を招請し、国内観光関係自治体や企業との商談会を日本国内で主催共催する事業。(VJTM、東アジア・東南アジア商談会、ラグジュアリーショーケース等) 	※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。	※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。 ● アウトカム②③には、「参加団体による評価」「商談成約件数（見込みを含む）」を指標として設定することも可(任意)。 ● 「造成ツアー送客数」「参加団体による評価」については9ページを参照。
4	共同広告	掲載本数・放送回数、広告表示回数、媒体接触者数	広告掲載ツアー本数、広告掲載ツアー送客数
	<ul style="list-style-type: none"> ● 旅行会社や航空会社等と連携し、海外において特定のツアー商品や路線等の広告を行い、訪日外送客数増加を目的とする。 ● 航空会社等と費用分担して行なう就航地PRなどの共同プロモーションやOTAとのタイアップ事業を含む。 	※アウトプット④に設定する指標は「媒体接触者数」とする。 ● 「媒体接触者数」については8ページを参照	※アウトカム①に設定する指標は「広告掲載ツアー送客数」とする。 ● 「広告掲載ツアー送客数」については9ページを参照。

参考:令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】① 現地旅行会社向け事業 (B to B)

No.	事業類型 (VJnet 個別事業区分)	アウトプット成果指標	アウトカム成果指標
5	<p>セミナー (BtoB)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外の旅行会社担当者等向けに、日本の観光地等に関する説明会等を対象市場や日本国内において開催する事業。(他社主催イベントへの参加も含む。) ● 旅行会社担当者の日本の観光地に対する認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることを期待する。 <p>(注) B to Cを対象とするセミナーについては、「13. イベント旅行博等出展」を選択。 商談会を含む場合、海外開催は「2. 海外現地商談会」、国内開催は「3. トラベルマート」を選択</p>	<p>参加人数、日本側の参加組織・団体等</p> <p>※アウトプット①に設定する指標は「参加人数」とする。 ● アウトプット②には、「アンケートの回収数・回収率」を設定することも可。</p>	<p>参加者による評価 (アンケート)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● アンケートの取得が不可の場合、アウトカムの設定は不要とする。
	<p>旅行会社等セールスコール</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外の旅行会社等を直接訪問し、国内観光地等に関する説明等を実施する事業。 ● 旅行会社担当者の国内観光地の認識が向上し、関連ツアーが積極的に販売されることを期待する。 	<p>商談・訪問件数</p>	<p>造成ツアー本数、造成ツアー送客数</p> <p>※アウトカム①に設定する指標は「造成ツアー送客数」とする。</p>

参考:令和2年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業
【成果指標】② 現地旅行会社向け事業 (B to C)

純広告 (オフライン・オンライン)	数、広告表示 1 回あたりの経費	-
-------------------	------------------	---

