

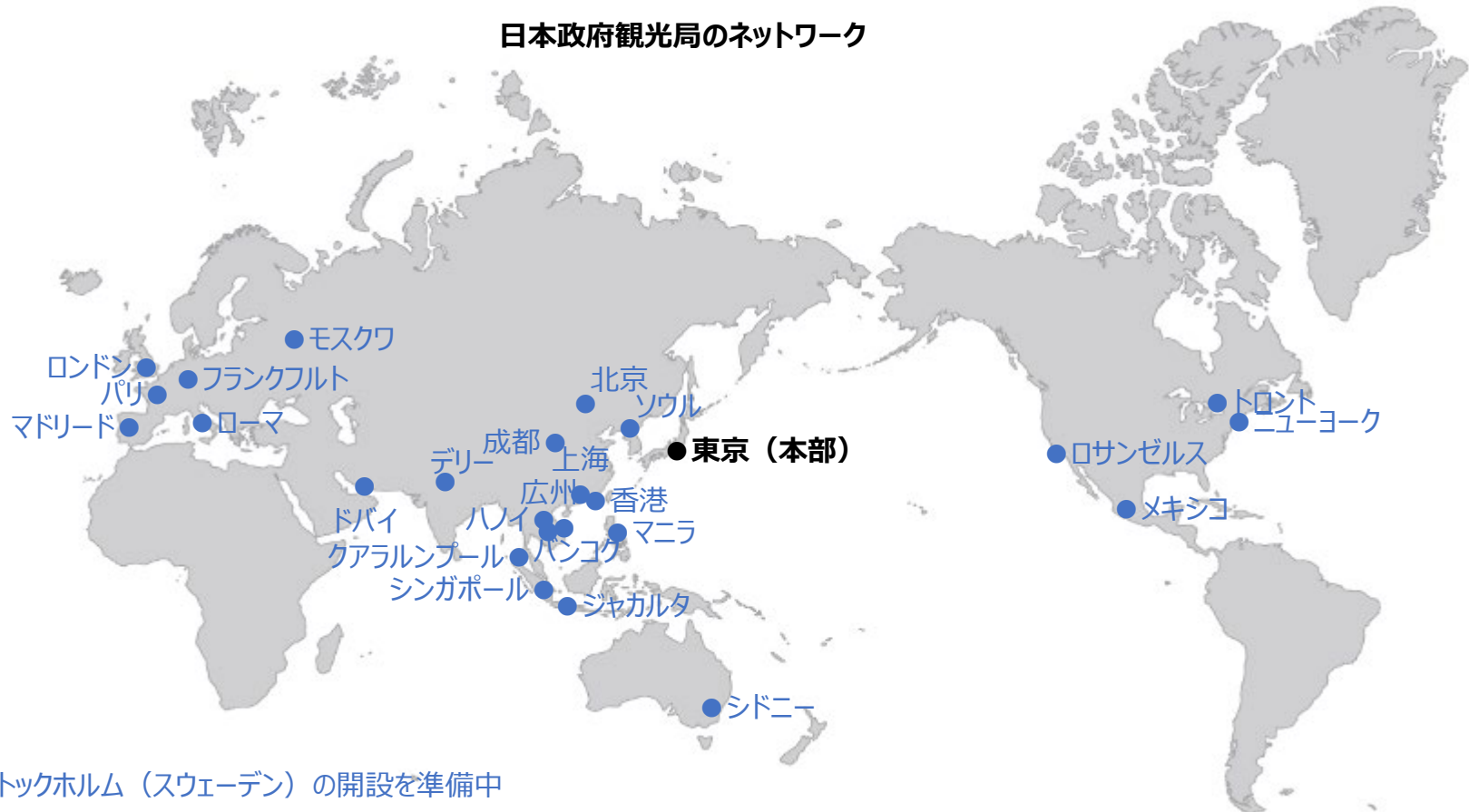
JNTOの海外向け情報発信

2023.7.14 日本政府観光局 (JNTO)
理事 中山 理映子

1. 日本政府観光局（JNTO）とは？

- 1964年に、訪日外国人旅行者の来訪促進のために政府により設置された独立行政法人。
本部は東京、世界25都市に事務所を構える。
- インバウンドマーケティングの調査・戦略策定、全世界に対する情報発信、旅行会社・航空会社による訪日商品造成支援、MICE誘致、自治体・DMO等のインバウンド業務支援・コンサルティングを実施。

日本政府観光局のネットワーク



※ストックホルム（スウェーデン）の開設を準備中

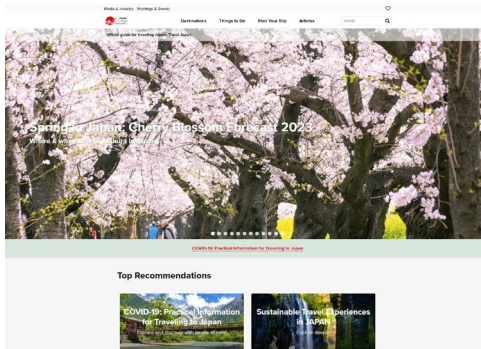
訪日市場分析・統計

- ・ 訪日外客統計の分析・公表
- ・ 訪日旅行データハンドブックの制作
- ・ 国際会議統計の分析・公表



海外向けプロモーション（BtoB, BtoC）

- ・ オウンドメディア（グローバルサイト・SNS）を活用した情報発信
- ・ 広告・広報（PR）活動の展開
- ・ 旅行博・見本市・商談会出展
- ・ 旅行会社・メディア等招請
- ・ 旅行会社等向けセミナー開催



MICE誘致・開催支援

- ・ MICEマーケティング業務
- ・ MICE誘致・開催支援事業
- ・ 人材育成支援



地域のインバウンド誘致促進

- ・ インバウンド旅行振興フォーラム開催
- ・ サイトでの先進事例やノウハウの共有
- ・ 個別コンサルティングの実施



国内受入環境整備・向上支援

- ・ 外国人旅行案内所（TIC）の運営
- ・ TICの認定・表彰
- ・ 全国通訳案内士試験の実施



2. 観光における日本の魅力

訪日外国人の旅マエ・旅ナカにおける訪日客の関心

訪日前に期待していたこと (上位10項目)

項目	選択率
日本食を食べること	71.8
ショッピング	56.9
自然・景勝地観光	52.4
繁華街の街歩き	47.3
温泉入浴	29.7
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	23.8
日本の歴史・伝統文化体験	23.0
美術館・博物館・動植物園・水族館	22.7
旅館に宿泊	21.6
テーマパーク	20.9

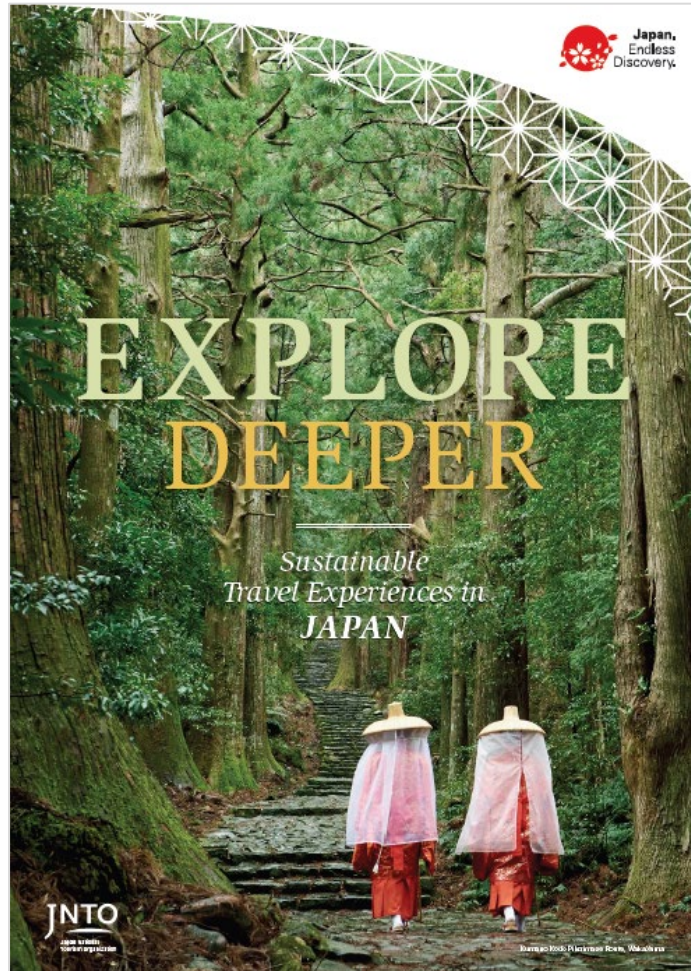
訪日中にしたこと* (上位10項目)

項目	選択率
日本食を食べること	96.6
ショッピング	86.5
繁華街の街歩き	79.7
自然・景勝地観光	73.4
日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	39.7
温泉入浴	36.2
美術館・博物館・動植物園・水族館	31.9
旅館に宿泊	30.9
日本の歴史・伝統文化体験	29.7
テーマパーク	23.9

*調査項目は「今回したこと」

2. 観光における日本の魅力 - サステナブル・ツーリズム

「**自然と自然に根ざした文化**」をコンセプトに、サステナブル・トラベルの観光コンテンツ（50件）を紹介する**デジタル・パンフレット**を英語で制作。



コンセプト

目次

1. 自然を楽しむ**アウトドア・アクティビティ**
2. 豊かな**生物多様性**に触れる
3. **エコ・フレンドリー**な宿泊施設

特集①：「観光を通じた**東北震災復興**」

4. 豊かな**自然風土に根差した食文化**を楽しむ
5. 古来からつづく**温泉・湯治**を楽しむ
6. 受け継がれる**日本の信仰**に触れる
7. **伝統的な地域・文化財**に泊まる

特集②：「先住民族・**アイヌの文化**に触れる」

8. 地域に根付く**伝統芸能**を鑑賞する
9. 受け継がれる**祭り**に触れる
10. **匠の技**に触れる

国際認証・アワード取得地域一覧

About Us

https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/20220428_2.pdf

【[ダウンロード先](#)】



2. 観光における日本の魅力 ー サステナブル・ツーリズム

<JNTO作成 サステナブルツーリズムに関するデジタルパンフレットの掲載コンテンツ例>

● ユネスコジオパークの阿蘇山周辺をサイクリング 「Satoyama Journey」(熊本県)

→ ローカルガイドと共に、日本最大の活火山周辺のトレイルを自転車で探索するサイクリングツアー。

Take part in a private rural tour dedicated to responsible tourism

Find rich culture and stunning
natural wonders around Mount Aso

Satoyama culture is defined by coexistence with nature and preservation, not exploitation, of your surroundings. People in the area around the active volcano Mount Aso, a UNESCO Global Geopark, have lived this way since ancient times. You can get a glimpse into their lifestyle by going on a personalized private tour here in Kumamoto Prefecture. Defined by the principles of responsible tourism, Satoyama tours use local guides on a wide range of experiences. Discover Japan's largest active volcano, follow rural forestry trails, learn about authentic Satoyama culture, and more. Your tour will let you be active outside in the dynamic landscapes of Aso and indulge in locally sourced traditional regional food. And more than anything else, it will be a chance to delve deep into another way of life and let you connect with people you never would have met otherwise!

SMD MINAMIOGUNI
1789-1 Akababa, Minamioguni-machi, Aso-gun, Kumamoto
<https://satoyama-journey.jp/>



©SMD Minamioguni Co., Ltd.

● 世界文化遺産と国立公園をローカルガイドと歩く「熊野古道 トレッキングガイド Kumano Trek」(和歌山県)

→ 世界文化遺産の熊野古道をローカルガイドの案内付きでトレッキングするツアー。



01 Experience 1,100 years of history on the Kumano Kodo Pilgrimage Routes Reconnect with nature and discover Yoshino-Kumano National Park

As a UNESCO World Heritage Site located within Wakayama Prefecture, winner of Lonely Planet's Best in Travel 2023 sustainability award, the pedigree of the Kumano Kodo Pilgrimage Route speaks for itself. Arriving at the Kii Peninsula and entering the majestic Yoshino-Kumano National Park reveals a world of time-honored splendor in nature. For thousands of years, pilgrims have hiked these spiritual trails that pass by exquisite features, including the Kumano Nachi Daisha Grand Shrine, towering Nachi Waterfall and enchanted forests. Even before organized religion existed in Japan, these forests and mountains were considered sacred for the pilgrims that traveled here on solemn journeys in awe of nature's power. Now, you can follow in their footsteps and join a local English-speaking guide on your own sojourn of peace and serenity. As a valuable travel location prized for its basis in sustainable outdoor activity, you can connect deeper with this tradition on a 1-hour, 3-hour, or multi-day trek.

Kumano Travel
6-6 Minato, Tanabe-shi, Wakayama
<https://www.kumano-travel.com/en/hours-activities/>
kumano-trek-english-speaking-guides

Adventure in the Great Outdoors

Nearly 70% of Japan's terrain is blanketed by forest, making it one of the world's greenest destinations and a haven for outdoor explorers. Nature lovers are spoiled for choice, with rich bio-diverse woodlands, snow-capped mountains, rushing rivers and 32,800 kilometers of coastline to explore. In this deep wilderness, traditional Satoyama communities who have lived harmoniously with nature for generations are also being rediscovered through sustainable outdoor activities. From guided treks through unmanaged forests to canyoning in wild rapids, kayaking in severe nature, hiking along sacred pilgrimage routes, snorkeling in otherworldly surroundings, cycling through national parks and more, Japan's great outdoors abounds in recreational opportunities for travelers. Get off the beaten track and plan an adventure surrounded by natural beauty.



2. 観光における日本の魅力 ー アドベンチャートラベル (AT)

アドベンチャートラベル：「アクティビティ」「自然」「文化体験」のうち最低2つを含む旅行。

ATの市場規模

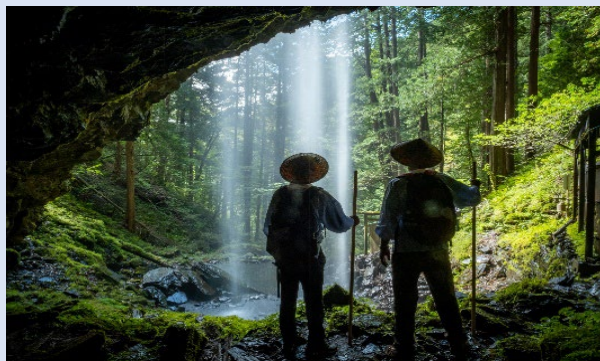
- ・ 欧州・北米・南米における市場規模は**約72兆円**（約6830億ドル, 2017年）であり、**年率11.4%**で成長 ※欧州・北米・南米における観光関連産業全体の成長率は6.2%
- ・ 旅行者一人当たりの現地消費額が高く、北米では一人当たり3,290ドル（約36万円） ※出典：ATTA資料、Euro-Monitor、各種データよりJTB総合研究所作成

アドベンチャートラベル・ワールドサミット (ATWS)

ATTA (Adventure Travel Trade Association)が主催するATWSが**2023年9月北海道**で開催予定

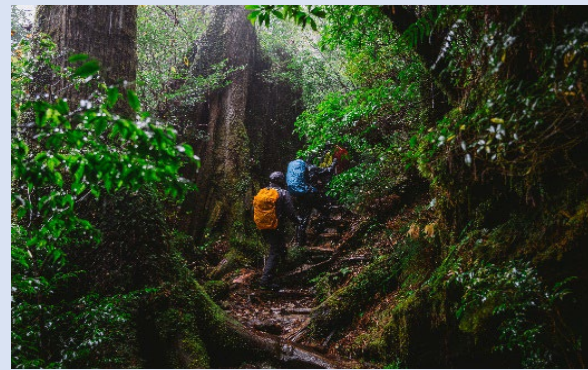
アドベンチャートラベルコンテンツ例

①「長野の古道を巡る旅」(長野県)



江戸時代に旅人が通った中山道や御嶽山等の信仰の道を歩き、宿場町に宿泊しながら歴史・文化に触れるツアー

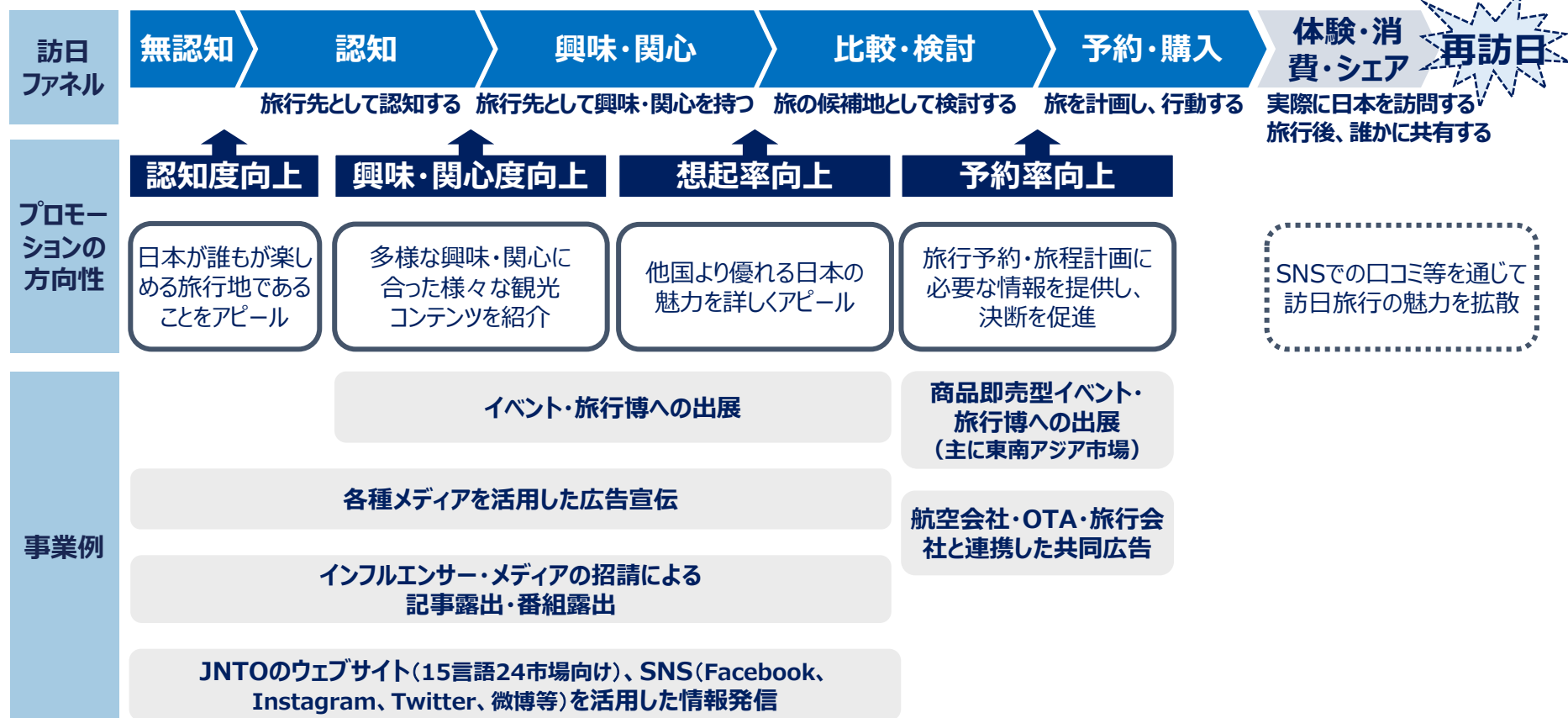
②「世界自然遺産の屋久島で黒見岳登山とリバーアクティビティ」(鹿児島県)



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

3. ターゲットの興味・関心に応じたプロモーション ーファネルに応じた事業類型の選択

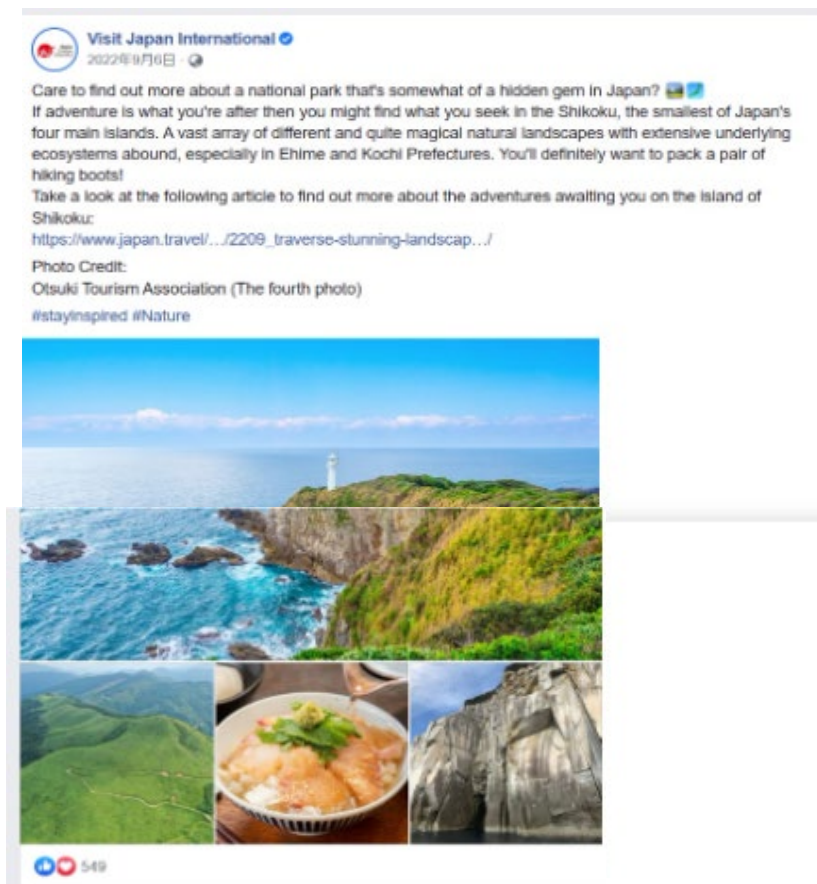
- 消費者の「**訪日ファネル**」(日本の旅行先としての認知から旅行予約までの一連の段階)に合わせ、現地の旅行会社、メディア、日本関連機関・企業と連携し、**それぞれの段階に適した情報を発信**。
- **デジタルプロモーションへの重点化**を図りつつ、**イベントやテレビ・雑誌・新聞等と組み合わせ**、効果の最大化を図る。



3. ターゲットの興味・関心に応じたプロモーション ー オウンドメディア（Web/SNS）を通じた情報発信


訪日認知・関心層に向け、多言語WebサイトおよびSNSアカウントを通じた情報発信を実施。

足摺宇和海国立公園（高知県・愛媛県）



Visit Japan International
2022年9月6日

Care to find out more about a national park that's somewhat of a hidden gem in Japan? 🌿🏞️
If adventure is what you're after then you might find what you seek in the Shikoku, the smallest of Japan's four main islands. A vast array of different and quite magical natural landscapes with extensive underlying ecosystems abound, especially in Ehime and Kochi Prefectures. You'll definitely want to pack a pair of hiking boots!
Take a look at the following article to find out more about the adventures awaiting you on the island of Shikoku:
https://www.japan.travel/.../2209_traverse-stunning-landscap.../
Photo Credit:
Otsuki Tourism Association (The fourth photo)
#stayinspired #Nature



549

隠岐ユネスコ世界ジオパーク（島根県）



Japan Endless Discovery

Nature

**Oki Islands
UNESCO Global
Geopark**
隠岐ユネスコ世界ジオパーク



Oki-gun, Shimane-ken

[View on Google Maps](#)

[Get Transit Info](#)

KEYWORDS **MAP**



Japan Endless Discovery

Nature

**Géoparc de l'archipel
d'Oki**
隠岐ユネスコ世界ジオパーク



Oki-gun, Shimane-ken

3.ターゲットの興味・関心に応じたプロモーション

ー 国内外メディアとの連携

- オウンドメディア（JNTOウェブサイト・SNS）や広告に加え、**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。

メディア支援のイメージ

JNTO

国内外メディア

海外の消費者

メディア支援
・ニュースレター
・取材支援
・招請事業

訪日旅行関連
の記事化

Experience Authentic Japan Through the Diverse Cuisine of Its Regions - JNTO

07 Feb 2022

For many travelers, experiencing local cuisine is one of the highlights of a trip away from home. A survey by the Japan Tourism Agency in 2019 revealed that eating Japanese food and tasting Japanese sake were among the activities prospective visitors to Japan looked forward to the most.



The **Hida** area in **Gifu** prefecture is famed for its **Shirakawa-go** UNESCO World Heritage site. Takayama city has received a full three-star rating from the Michelin Green Guide Japan for its old town landscape, featuring wooden buildings reminiscent of the Edo period. Quality rice is cultivated in the area, which is also blessed with a rich supply of mountain water; these are combined to produce fragrant saké. In Takayama city, there are seven **saké breweries** located within a 100-meter radius, including Hirase, the city's oldest, which has been producing saké since 1623; tourists can visit these and try some saké while strolling around the historic streets. Hida is also famous for its **Hida Beef**, which visitors can enjoy washing down with some of the local saké.

海外向けメディアに
送付するニュースレター例



記事化の例
(米旅行業界紙Travel Pulse)

3.ターゲットの興味・関心に応じたプロモーション

ー メディア招請

2022年度は、在日海外向けメディアを対象に、アドベンチャートラベル、ガストロノミーツーリズム、サステナブルツーリズムをテーマにした取材ツアーを実施。

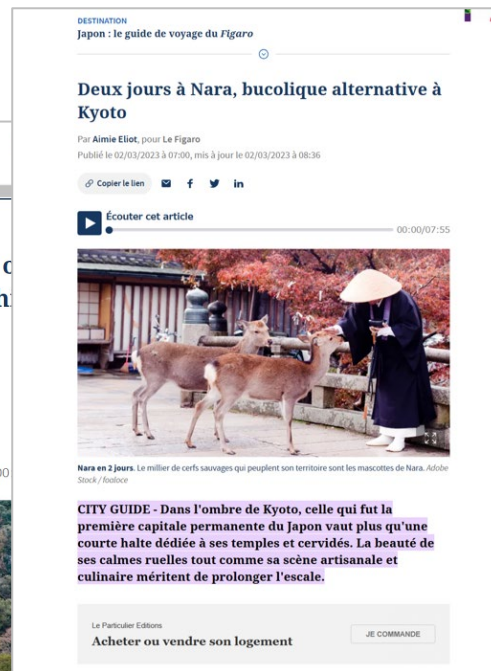
実施期間：2022年10月、12月、2023年3月

参加者：フランス、韓国、中国、ベトナム等 在日海外メディア取材記者

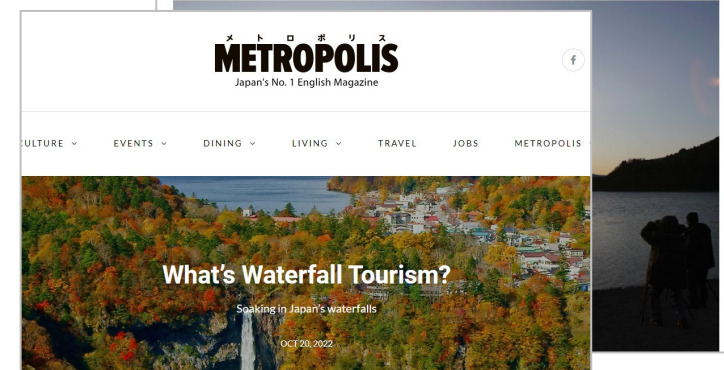
取材先（一例）：馬籠宿、馬籠峠、妻籠宿、男滝女滝等（長野）、ガストロノミーツーリズム世界フォーラム、慈光院、喜多酒造、東大寺等（奈良）、民族共生象徴空間（ウポポイ）、洞爺湖有珠山ジオパーク、ニセコ町等（北海道）

掲載媒体（一例）

Le Figaro（オンライン）



Japan Times（紙面・オンライン） Metropolis（オンライン）



3.ターゲットの興味・関心に応じたプロモーション ーターゲット別の戦略・戦術の例

英国 市場

20～30代

世帯可処分所得上位20～80% (400～1,250
万円/年)

ターゲットの特徴

訴求コンテンツ・アクティビティ

- 食・お酒 (ローカルフード、ミシュラン店、酒蔵訪問)
- 豊かな自然 (風景)
- 伝統文化・芸能 (伝統行事・祭体験、遺跡・街並、お茶・お花など室内体験)

ターゲット攻略のための留意事項

- 旅行情報源として多用されるオンライン媒体を中心として情報を発信。
- 北海道、中国、四国、九州の観光魅力を訴求し、旅行者を地方誘客。

BtoC/BtoBtoCの取組

- ①インターネット (WEB・SNS)
- ②PR (広報)
- ③共同広告 ④インフルエンサー招請
- ⑥広告 ⑦メディア招請

フランス 市場

20～30代

FIT

ターゲットの特徴

訴求コンテンツ・アクティビティ

- サブカルチャー (テーマパーク、アニメ・映画の舞台訪問)
- アウトドア・アクティビティ (ハイキング、風景)
- 食・お酒 (ローカルフード、料理体験)
- 歴史・遺跡 (伝統芸能、お茶・お花など室内体験)

ターゲット攻略のための留意事項

- 情報収集にオンライン媒体を積極的に活用する傾向。
- 若者層のリピーターが多く、あまり知られていない地域や観光コンテンツの発信が必要。

BtoC/BtoBtoCの取組

- ①インターネット (WEB・SNS) ②PR (広報)
- ③共同広告 ④旅行博・イベント
- ⑤広告 ⑥インフルエンサー招請
- ⑦メディア招請

4. 関係省庁・独法等との連携

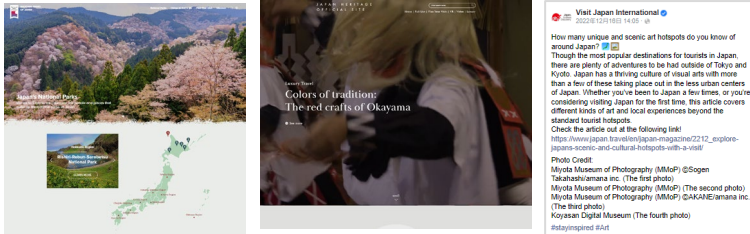
- 関係省庁（文化庁・農水省・環境省等）及び独法（ジエトロ・国際交流基金・日本芸術文化振興会等）と連携した海外プロモーションや委員会等におけるプロモーションに関するノウハウ提供等を実施。

【連携事例】 ※文化庁連携の詳細については後述

文化庁、農水省、環境省等

グローバルサイト・SNSにおける情報発信

JNTOグローバルサイトと同じドメインに日本遺産（文化庁）、国立公園（環境省）サイトを設置。またJNTOのサイト記事やSNS投稿において関係省庁のコンテンツを発信



文化庁、農水省、環境省、国交省等

ニュースレター、招請によるメディア向け情報発信

ニュースレターやメディア招請等の広報的アプローチにより、海外メディアに関係省庁のコンテンツを紹介し、記事露出による旅行者や業界関係者への訴求を図る



農水省・JETRO・JFOODO

国連総会を契機とした食イベントでの連携

昨年9月の国連総会にあわせてニューヨークで開催された日本食・食文化発信レセプション「Taste of Japan in New York」に参加し、訪日観光プロモーションを実施

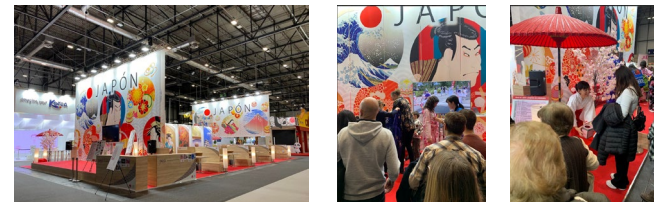


※2022年12月に、ジエトロ・JFOODO・JNTOの三者で、「日本の農林水産物・食品の輸出とインバウンド観光の促進に向けた相互連携に関する覚書」を締結

国際交流基金

国際旅行博での連携

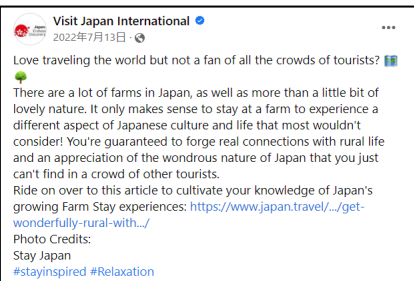
1月にマドリッドで開催された旅行博「FITUR2023」のJNTO設置ブースにおいて、来場者向けに日本語レッスン、日本のお祭り文化を伝える浴衣の着付け体験、お面の試着体験、おみくじ体験など提供



各省庁と協議のうえ、全市場向け英語アカウント (Visit Japan International) にて下記投稿を実施。

**7/16 農水省
農泊**

岩手県 ホログストハウス
福島県 二本松市農家民泊体験



リーチ 55,000
エンゲージメント 3,600

**9/12 北海道局
ウポポイ**

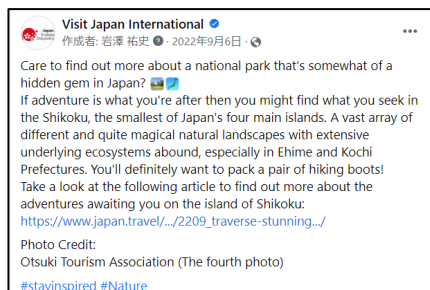
国立アイヌ民族博物館・公園
阿寒湖アイヌコタン



リーチ 51,000
エンゲージメント 1,600

**9/6 環境省
国立公園**

高知県・愛媛県
足摺宇和海国立公園



リーチ 68,000
エンゲージメント 2,100

**3/16 国税庁
酒蔵ツーリズム**

北海道 ニセコ町、旭岳
岐阜県 東美濃地域



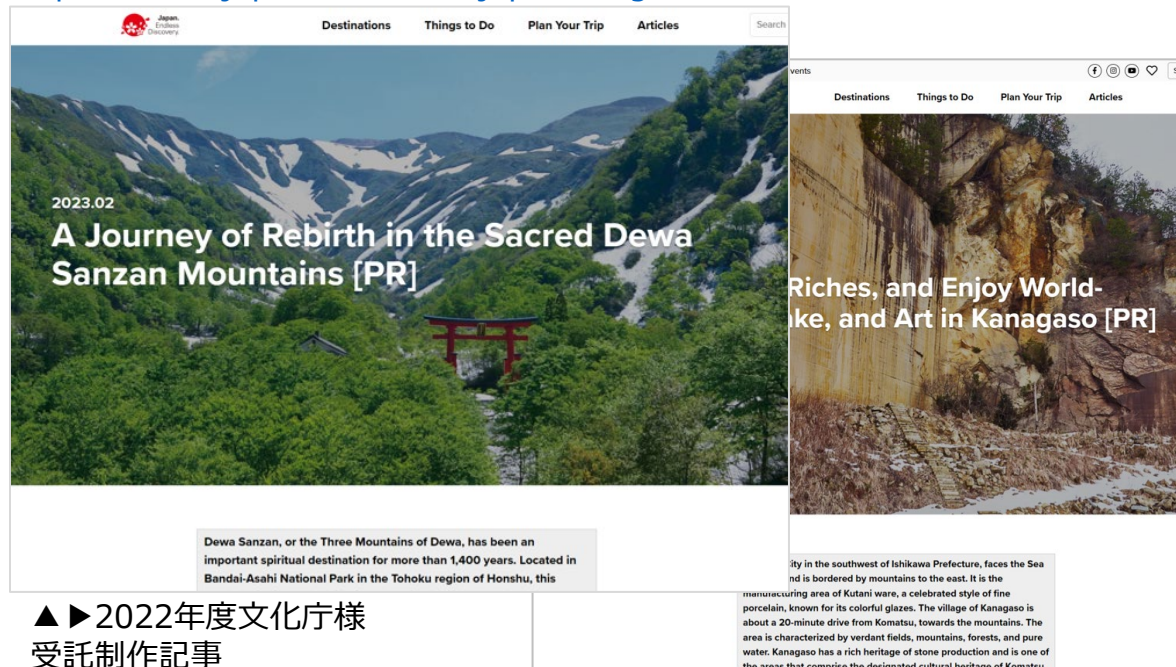
リーチ 19,000
エンゲージメント 440

ジャパン・マンスリー・ウェブマガジン記事広告

訪日旅行に関連する様々な記事を原則毎月4言語5種（英語・韓国語・簡体字・台湾繁体字・香港繁体字）で制作し、JNTOウェブサイトに掲載する「JAPAN Monthly Web Magazine」にご希望に沿った旬の旅行情報を制作し、発信する記事広告メニュー。

※毎月の掲載本数に上限あり。記事内容はJNTO掲載規約に沿う必要がございます。

<https://www.japan.travel/en/japan-magazine>



▲▶2022年度文化庁様
受託制作記事

<媒体資料> ※2023年度媒体資料は近日中に公開予定。

<https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/digital.html>

JNTO デジタル広告商品

JNTOウェブサイトや外部データ(属性、興味・関心、購買データ等)など、JNTOが保有するデータやノウハウ等を生かし、それらを地域に還元することを目的としたメニュー。ターゲットとする市場を選定した上でデジタル広告による情報発信が可能。(対象国：欧米・アジア等 22 市場)。

東南アジア		
東アジア (除く中国)	Vpon	
中国		
欧州・欧米 オーストラリア 中東・北欧	theTradeDesk	

▲配信プラットフォームの一例

4. 地域との連携

—地域から収集したコンテンツの海外向け情報発信

地域から収集した観光コンテンツをJNTO多言語サイト内で発信。

Experiences in Japan



Birdwatching tours at Hokkaido's Hickory Wind Wilderness Lodge

2023/03/23

Nature(local)

Hokkaido(local)

北海道・釧路鶴居村の
バードウォッチングツアー

<https://www.japan.travel/en/experiences-in-japan/4969/>



Mountains of Mushrooms: An Edible Adventure in the Great Outdoors

2023/03/23

Nature(local)

Hokuriku Shinetsu(local)

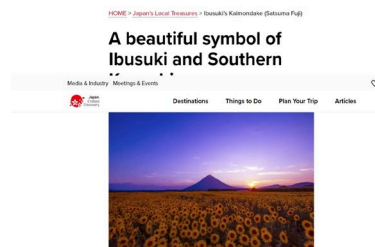
妙高戸隠連山国立公園
きのこ狩りツアー

<https://www.japan.travel/en/experiences-in-japan/4518/>

Japan's Local Treasures



Ibusuki's Kaimondake (Satsuma Fuji)



薩摩富士 開間岳
(鹿児島県指宿市)

<https://www.japan.travel/en/japans-local-treasures/ibusukis-kaimondake-satsuma-fuji-2022/>



Amami-Oshima World Heritage Conservation Center

HOME > Japan's Local Treasures > Amami-Oshima World Heritage Conservation Center

Experience the wilderness of Amami Oshima through an immersive model forest



奄美大島世界遺産センター
(鹿児島県奄美市)

<https://www.japan.travel/en/japans-local-treasures/amami-oshima-world-heritage-conservation-center-2022/>

- 統計等の客観的データをもとにターゲットセグメントを設定し、マーケティング理論に沿って効率的、効果的なプロモーションの実施方針を策定
- 策定した方針に基づき、ターゲット毎にプロモーションに有効な手段を選定
- 他省庁や地域と連携しながら、オウンドメディアを活用した情報発信やコンサルティングを実施

ご清聴ありがとうございました！