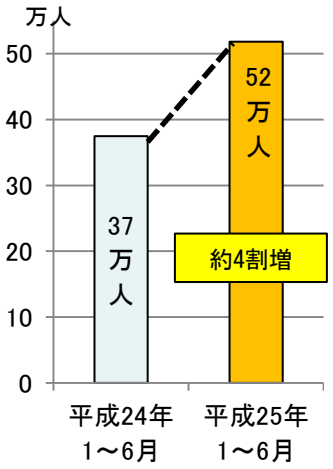


- 経済成長を背景に海外旅行需要が大幅に伸びるとともに、平成25年7月からビザの緩和措置が実施されている東南アジア諸国における集中プロモーションの実施。
- 来たるべき訪日2000万人時代を見据え、訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場（欧州、ブラジル、トルコ等）における、日本の認知度向上への取り組み。

① 東南アジア横断集中プロモーション

東南アジア主要6カ国の訪日成長率
(平成25年上半年)



平成25年度に「東南アジア訪日100万人プラン」を開始し、東南アジア諸国からの訪日は急成長中

訪日ビザ緩和の概要
(平成25年7月1日実施分)

旅行者の国籍	従来の訪日ビザ (平成24年訪日旅行者数)	緩和内容 (平成25年7月～)
タイ	数次ビザ (約26万人)	ビザ免除
マレーシア	数次ビザ (約13万人)	ビザ免除
インドネシア	数次ビザ (約10万人)	数次ビザの滞在期間延長
ベトナム	一次ビザ (約6万人)	数次ビザ
フィリピン	一次ビザ (約9万人)	数次ビザ

東南アジア主要6カ国から日韓への訪問数比較
(平成23年)

	訪日人数 (人)	訪韓人数 (人)
シンガポール	111,354	124,565
タイ	144,969	309,143
マレーシア	81,516	156,281
インドネシア	61,911	124,474
ベトナム	41,048	105,531
フィリピン	63,099	337,268

訪日ビザ緩和以前、隣国韓国との間で、東南アジアからの旅行者数には大幅な格差

訪日ビザ緩和を契機に、東南アジアに特化した大規模商談会開催等の集中プロモーションを実施

② 訪日外国人旅行者数の大幅な増加が期待できる市場での事業展開

ビジット・ジャパン事業未実施の主要国から日中への訪問数比較
(平成23年)

	訪日人数(人)	訪中人数(人)	訪中／訪日
イタリア	34,035	235,041	7倍
スペイン	20,814	139,876	7倍
オランダ	23,450	197,530	8倍
スイス	16,410	75,294	5倍
フィンランド	10,943	65,288	6倍
ブラジル	18,470	97,912	5倍
トルコ	6,577	98,787	15倍

中国へは日本への5～15倍の旅行者が訪問
→ 東アジア地域訪問への高い関心を訪日旅行へ向けさせることが必要

旅行先としての認知度向上に向けたプロモーションイメージ



これに加え、実際の訪日旅行に繋げるため、在外公館等連携事業(商談会開催等)なども併せて実施

●観光立国実現に向けたアクション・プログラム及び日本再興戦略に掲げられた訪日外国人旅行者数2000万人の高みを目指し、日本ブランドの発信に強力に取り組む。

①現地消費者向け情報発信対象市場の拡大

重点14市場

韓国・台湾・中国・米国・香港・
英・仏・独・豪・加・シンガポール・
タイ・マレーシア・インドネシア

8市場

韓国・台湾・中国・米国・香港
の5大市場に、シンガポール・
タイ・マレーシアを追加

現地消費者向け事業

- 海外広告宣伝
- 海外メディア招請
- 旅行博出展

現地旅行会社向け事業

- 海外旅行会社招請
- ツアー共同広告
- 旅行博出展・商談会等開催

さらに、在外公館、民間企業、地方公共団体等、多様な主体との連携強化により、訪日プロモーションを強化・拡大

②首都圏空港の発着枠拡大等と連動させた訪日プロモーション

航空会社等との連携強化

オープンスカイ施策や首都圏空港の発着枠拡大を機会と捉え、
欧州・東南アジア方面の新規路線開設・増便と連携 [共同広告等]



	羽田空港 (うち国際線)	成田空港	首都圏空港全体
22年10月まで (羽田D滑走路供用前)	30.3万回	22万回	52.3万回
25年3月30日まで	39万回 (6万回)	25万回	64万回
現在 (25年3月31日以降)	41万回 (6万回)	27万回	68万回
最終形 { 羽田:25年度末 成田:26年度中 }	44.7万回 (9万回)	30万回	74.7万回

以降、首都圏空港を含めたオープンスカイを実施

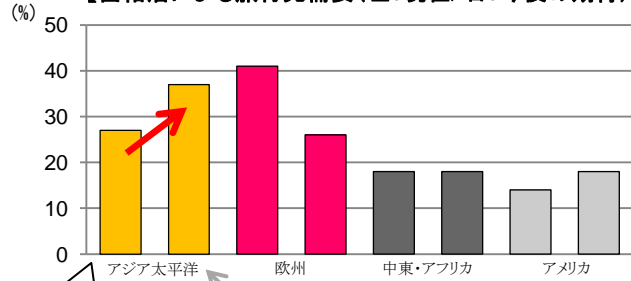
クルーズ会社等との連携強化

近年の外国船社クルーズ船の日本への寄港拡大の機会を捉え、
クルーズ会社等と連携 [共同広告等]
(外国船社クルーズ船の寄港数:平成18年 251隻→平成24年 476隻)



③新たな客層の訪日への関心喚起やリピーターの定着を目指し、訪日旅行の品質向上に向けた取組を強化

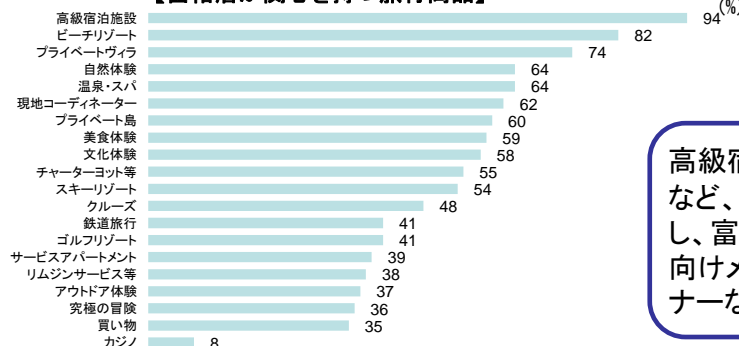
【富裕層による旅行先需要(左:現在/右:今後の期待)】



人気都市:東京、
シンガポール、香港

日本各地を人気
都市へと育成

【富裕層が関心を持つ旅行商品】



高級宿泊施設・自然・温泉・美食・文化体験
など、全国各地の観光資源を最大限活用
し、富裕層向け旅行博への出展や、富裕層
向けメディアの招請、国内関係者向けセミ
ナーなどを実施