

ジャパン地方連携事業の展開

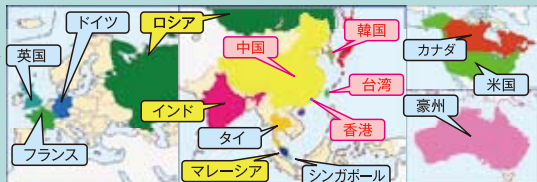
訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）の取組み

2013年までに訪日外国人旅行者数を1,500万人にするとの訪日外国人3000万人プログラム第1期目標に向け、重点市場を対象に、我が国の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等を支援する訪日旅行促進事業を官民一体で推進。

重点市場

訪日旅行者数の多い12の国・地域に今後大きな伸びが期待できる3市場（インド、ロシア、マレーシア）を追加し、全15市場でプロモーションを展開。

※この中でも特に東アジア4市場（韓国、中国、台湾、香港）を最重点プロモーション対象市場とする。



認知度向上事業

我が国の観光魅力を発信するための事業

- 海外メディアの日本への招請、取材支援
- 海外のTVCM等による広告宣伝
- WEBサイトによる情報発信
- 海外の旅行博覧会等への日本ブース出展



香港・メディア招請事業
(仙台・2008年8月)



フランス・日仏観光交流年バス車体広告
(2008年3月)

誘客事業

魅力的な訪日旅行商品の造成・販売支援や、青少年交流の拡大に向けた事業

- 海外旅行会社の日本への招請 商談会の実施
- 訪日旅行商品の共同広告
- 訪日教育旅行の誘致



シンガポール・訪日教育旅行セミナー
(2008年8月)



大規模商談会・YOKOSO! JAPAN
トラベルマート(2008年10月)

※上記の事業を地域と共同で実施する場合には、国は総費用の1/2を上限に地域（自治体・民間等）と連携。
(ビジット・ジャパン地方連携事業)

我が国では官民一体となって、2013年までに外国から1500万人の来訪を促進するため、外国人訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）を強力に展開しています。
沖縄総合事務局におけるビジット・ジャパン事業の重点市場※の1つである台湾は、海外旅行の関心が非常に高い国民性を持っています。

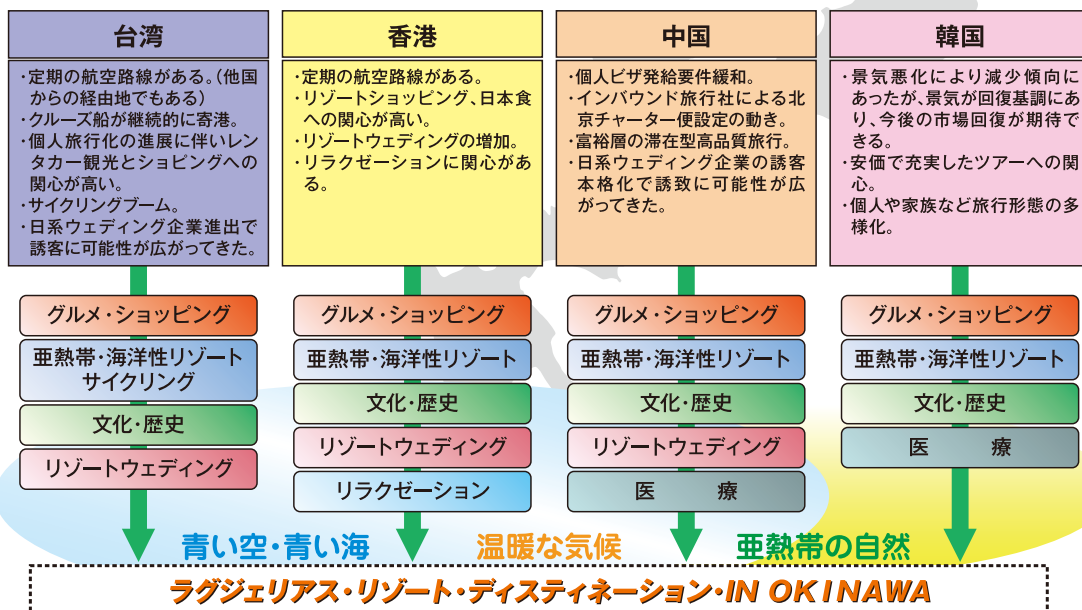
ビジット・ジャパン事業の取組み

沖縄におけるVJ地方連携事業のブロック戦略

H23年度

国や地域ごとの戦略キーワード

【最重点市場】



現在、台湾から日本への入域客数は、平成22年には約126万人に達しており（韓国に次いで第2位）、沖縄においても台湾からの入域客数は外国人入域客数全体の約42%（約11万9千人）を占めており、最も来訪の多い市場となっています。

※重点市場（15市場）：台湾、香港、中国、韓国、シンガポール、タイ、アメリカ、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリア、イギリス、カナダ、マレーシア、インド

平成23年度ビジット・

沖縄におけるVJ地方連携事業のブロック戦略 H23年度

〔重点市場〕

東南アジア	欧・米・豪	露
・日本では沖縄が最も近い ・旅行意欲が旺盛(シガポール) ・双方向チャーター便による誘客可能性が高い。 ・ファッション、ショッピングに関心がある。 ・ヘルシーな日本食に関心がある。 ・より安価で、より多くの観光地を巡るメニューを選択する傾向が強い。 ・通行帯が日本と同じであるため、レンタカーによる個人旅行が容易。	・個人や少人数旅行が中心 ・健康長寿、日本食への関心が高い ・長期休暇の習慣があり旅行意欲が旺盛 ・海洋レジャーへの関心度高い ・空手等異文化体験への関心が高い ・軍人を含む多くの米国人が沖縄に在住しており、これらの家族、友人が来訪している。	・富裕層向け高品質旅行に対応 ・海洋性リゾート、体験型海洋レジャーへの関心高い ・温暖な気候が魅力 ・旅行博出展や航空会社、旅行会社等に対する営業支援が必須 ・チャーター便による誘客の可能性が高い。

グルメ・ショッピング

亜熱帯・海洋性リゾート

文化・歴史

青い空

青い海

グルメ・ショッピング
健康長寿

亜熱帯・海洋性リゾート
ダイビング

文化・歴史・空手

亜熱帯の自然

グルメ・ショッピング

亜熱帯・海洋性リゾート
ダイビング

文化・歴史

温暖な気候

ラグジュアラス・リゾート・ディステーション・IN OKINAWA

台北国際旅行博覧会(ITF)出展

そこで、今年11月に開催された台北国際旅行博覧会(ITF)において、沖縄県(財)沖縄観光コンベンションビューロー等とともに、サイクリングやウェディング、台湾のテレビドラマ「陽光天使」の沖縄ロケ地、クルーズ観光など比較的新規性のある観光素材を重点的に紹介し、

若年層から年配層及びファミリー層を沖縄に誘客するためのPRを実施しました。併せて、ブース内での曾 健裕さんによる沖縄民謡演奏、会場で沖縄美ら海水族館等を紹介するVTRの放映、沖縄観光のパネルフレット配布等も行い、来場者に沖縄の魅力を紹介しました。

沖縄のことを知り、興味を持つ台湾の人々が増え、実際に沖縄に観光客として訪れてもらえるよう、今後も台湾市場へのプロモーションを実施していきます。

沖縄の歴史、文化、観光資源等に関するクイズ、正解者への記念品贈呈に多くの人が集まり、かなりの手応えを感じました。



当博覧会には、日本政府観光局(JNTO)や東北、九州、四国の各県や、北海道といった地域からも出展があり、日本ゾーンとしては過去最大の92ブースの出展がありました。日本以外にも、中国、韓国、東南アジア、中東、欧州、豪州といった世界各国から出展があり、全体として過去最大規模の60カ国・地域、合計1500ブースの出展がありました。各ブースではそれぞれの文化、気候風土といった地域特性を活かしたさまざまなPR活動が展開されていました。4日間の開催で、有料(日本円で約600円)での入場にもかかわらず25万人以上の人々が訪れるなど大変な盛況ぶりです。諸外国の観光振興への意気込みや、台湾の方々の海外旅行への関心の高さを肌で感じました。沖縄ブースにはミス沖縄による観光PR、沖縄の歴史、文化、観光資源等に関するクイズ、正解者への記念品贈呈に多くの人が集まり、かなりの手応えを感じました。