

## (1) 全体方針

- 訪日旅行未経験者が8割を占めるため、日本独自の強みである伝統文化と近代都市を対比したコンテンツなどについて、オンライン媒体を通じて情報発信することにより、**新規訪日層の獲得**を図る。
- 50代以上に対してはBtoBの取組を通じて**訪日旅行者数の増加**を図り、訪日意欲の高い20～30代に対しては**地方誘客を促進**する。
- 高所得者層に対し、上質なコンテンツを訴求して**消費額拡大**を図る。
- 訪日目的としての自然やアウトドア・アクティビティ**への関心を向上させるためのプロモーションを行う。
- SDGs、サステナブル・ツーリズムへの意識の高まり**を踏まえたプロモーションを展開する。

## (2) ターゲット

A	20～30代 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	C	50代以上 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)
B	20～30代 世帯可処分所得上位20～80% (400～1,250万円/年)	D	50代以上 世帯可処分所得上位20～80% (400～1,250万円/年)

## (3) サブターゲット

a	アドベンチャートラベル 関心層
b	ラグジュアリー関心層

# 英国市場 ターゲット別の戦略・戦術①

	ターゲット	主な訴求パッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略の ための留意事項	BtoBの取組	BtoC/BtoBtoC の取組
A	20～30代 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	<b>豊かな自然</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>風景</li> <li>エコツアー</li> </ul> <b>食・お酒</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカルフード</li> <li>酒蔵訪問</li> </ul> <b>リゾート</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ラグジュアリーホテル</li> <li>ウィンターリゾート</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界向けの情報発信及び人材育成を通じた関係者の訪日旅行の知識の向上が必要。</li> <li>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。</li> <li>東北、四国などの観光魅力を訴求し、旅行者を地方誘客。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤その他（ニュースレター）</li> <li>⑧人材育成</li> <li>⑩セミナー・ネットワーキングイベント（メディア・旅行関係者）</li> <li>⑬広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①インターネット（WEB・SNS）</li> <li>②PR（広報）</li> <li>③共同広告</li> <li>④インフルエンサー招請</li> <li>⑥広告</li> <li>⑦メディア招請</li> <li>⑨セミナー・ネットワーキングイベント</li> <li>⑪その他（ニュースレター）</li> <li>⑫旅行博・イベント</li> </ul>
B	20～30代 世帯可処分所得上位20～80%（400～1,250万円/年）	<b>食・お酒</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカルフード</li> <li>ミシュラン店</li> <li>酒蔵訪問</li> </ul> <b>豊かな自然</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>風景</li> </ul> <b>伝統文化・芸能</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>伝統行事・祭体験</li> <li>遺跡・街並</li> <li>お茶・お花など室内体験</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>業界向けの情報発信及び人材育成を通じた関係者の訪日知識の向上が必要。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤その他（ニュースレター）</li> <li>⑧人材育成</li> <li>⑩セミナー・ネットワーキングイベント（メディア・旅行関係者）</li> <li>⑬広告</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①インターネット（WEB・SNS）</li> <li>②PR（広報）</li> <li>③共同広告</li> <li>④インフルエンサー招請</li> <li>⑥広告</li> <li>⑦メディア招請</li> <li>⑨セミナー・ネットワーキングイベント</li> <li>⑪その他（ニュースレター）</li> <li>⑫旅行博・イベント</li> </ul>

## 英国市場 ターゲット別の戦略・戦術②

	ターゲット	主な訴求パッション 観光コンテンツ・アクティビティ	その他、ターゲット攻略の ための留意事項	BtoBの取組	BtoC/BtoBtoC の取組
C	50代以上 世帯可処分所得上位20% (1,250万円/年以上)	<b>食・お酒</b> ・ ローカルフード  <b>暮らし体験・交流</b> ・ 伝統工芸品 ・ 伝統芸能 ・ 高速列車・ローカル線  <b>リゾート</b> ・ ラグジュアリーホテル ・ 歴史的な宿 ・ ウェルネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>商談会などを通じて、旅行会社における高額商品を<b>拡充</b>。</li> <li><u>有力な旅行会社や航空会社との連携強化</u>による訪日旅行商品の販売を強化。</li> <li>大手の新聞や旅行情報誌を旅行情報源として活用する傾向を踏まえた情報発信が効果的。</li> </ul>	③旅行博・商談会 ⑥その他（ニュースレター） ⑧旅行会社招請 ⑨人材育成 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント （メディア・旅行関係者） ⑭広告	①インターネット（WEB・SNS） ②PR（広報） ④メディア招請 ⑤共同広告 ⑦広告 ⑩セミナー・ネットワーキングイベント ⑫その他（ニュースレター） ⑬旅行博・イベント
D	50代以上 世帯可処分所得上位20～80%（400～1,250万円/年）	<b>豊かな自然</b> ・ 庭園・花 ・ 風景 ・ ハイキング  <b>食・お酒</b> ・ ローカルフード ・ マーケット・日用品 ・ 歴史的な宿  <b>伝統文化・芸能</b> ・ 伝統行事・祭体験 ・ 伝統芸能 ・ 遺跡・街並	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手の新聞や旅行情報誌を旅行情報源として活用する傾向を踏まえた情報発信が効果的。</li> <li>旅行会社を通じた予約率が高いことを踏まえ、<u>有力旅行会社との連携を強化</u>。</li> </ul>	④旅行博・商談会 ⑤その他（ニュースレター） ⑥旅行会社招請 ⑧人材育成 ⑪セミナー・ネットワーキングイベント （メディア・旅行関係者） ⑭広告	①インターネット（WEB・SNS） ②PR（広報） ③メディア招請 ⑦共同広告 ⑨広告 ⑩セミナー・ネットワーキングイベント ⑫その他（ニュースレター） ⑬旅行博・イベント

