

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

平成 22 年 5 月 18 日

理事長 間宮 忠敏

平成 22 年度における JNTO の取り組みについて

平成 22 年度は「ビジット・ジャパン事業の目標年」「訪日外国人 3000 万人プログラムの第一期のスタート」といった訪日インバウンド事業にとって大きな節目を迎える年である。

日本政府観光局 (JNTO) では、この重要な時機をとらえ、訪日インバウンドの公的専門機関として官民あげたプロモーションの中核としての役割を最大限発揮すべく、以下の内容を柱として事業を行っていく。(独立行政法人通則法に基づく年度計画 (平成 22 年度) を観光庁に提出)

【平成 22 年度 JNTO 年度計画の概要】

1. 海外宣伝事業 【関連資料別紙 1】

- ・国が 2010 年 1000 万人に向けて展開する「ビジット・ジャパン・イヤー」プロモーション及び「訪日外国人 3000 万人プログラム」と連携し、各市場ごとに誘客ターゲットと訴求テーマを定め、プロモーションを実施。
(例：韓国「温泉と地方都市」、中国「東京-大阪や北海道以外の訪問地多様化」)
- ・ウェブサイトによる情報発信では、今後さらに増加する事が予想される中国、香港、韓国からの旅行者のひとり歩きをサポートするため、飲食、ショッピング、イベント等の実用情報を中国語、韓国語でも充実。

数値目標 機構の WEB サイトのアクセス数を 1 億 4,800 万ページビュー以上とする。

数値目標 機構が造成・販売支援を行った旅行商品により訪日した外国人旅行者の数を 51.8 万人とする。

2. 国際会議の誘致・開催支援事業 【関連資料別紙 2】

- ・観光庁がとりまとめた「MICE 推進アクションプラン」に取り組み、国際会議やインセンティブ旅行 (企業報奨旅行)、企業会議等 MICE の誘致活動や開催・受入に関する支援を実施。
- ・「IT&CM China」(上海)、「IMEX」(フランクフルト)、「IT&CMA」(バンコク) 等の旅行見本市に出展し、MICE 開催国としての日本を PR するとともに、商談会やセミナー、開催地決定に大きな役割を果たすキーパーソンの訪日招請事業等を実施。

数値目標 機構が誘致した国際会議の数を 75 件とする。

3. 組織運営

- ・効率的な組織運営を図るため、中期計画に定めた一般管理費、業務経費、人件費に関する削減目標達成のための取り組みを継続。
- ・経営資源を海外宣伝事業に重点配分すると共に、海外事務所については活動実績や市場の将来性等について厳格に評価を行い、国の「訪日 3000 万人プログラム」を推進。
- ・在外公館、公的機関や民間企業の海外事務所、諸外国の政府や政府観光局等との連携強化。

本件に関するお問い合わせ先：企画部経営企画グループ とうない 藤内、赤司 TEL：03-3216-1905



日本政府観光局（JNTO）は、国が 2010 年 1000 万人に向けて展開する「ビジット・ジャパン・イヤー」プロモーション及び「訪日外国人 3000 万人プログラム」と連携し、平成 22 年度も引き続き市場ごとの戦略のもと、海外の事業パートナー（旅行会社、航空会社、各種メディア）ならびに国内の事業パートナー（地方自治体・事業者）と連携し、下記の海外プロモーション事業を実施し、効果的な訪日旅行促進を行っていく予定である。

1. 基本的な観光情報の発信

ウェブサイトを最も有効な情報発信の手段と位置づけ、日本の様々な観光魅力に関する情報を提供する。

- ・使用言語 9 言語（英語、中国語〔簡体字、繁体字〕、韓国語、フランス語、ドイツ語、ポルトガル語、ロシア語、タイ語）

（21 年度の実績 約 1 億 870 万ページビュー）

2. ジャーナリストの取材支援（メディア広報事業）

旅行目的地としての日本の観光魅力の知名度向上と訪日旅行の需要喚起を目的として、海外の様々なメディア媒体（テレビ、新聞・雑誌、ガイドブック、ウェブサイト等）による訪日取材等の支援を行う。

（21 年度の実績 記事掲載・報道件数 約 2,100 件 広告費換算額 約 230 億円）

3. 旅行業界の人材育成

海外の旅行会社による訪日ツアー商品の企画・販売力の向上のため、日本に関する基礎情報、観光資源・宿泊施設、交通インフラ等について E ラーニング（インターネットを活用したオンライン研修）等を実施。

- ・対象の市場 中国、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、オランダ、北欧

4. 訪日旅行ツアー商品の造成販売支援

訪日旅行市場の継続的な拡大を図るため、海外の旅行会社に対して、訪日視察招請、商談会・セミナーの開催、ツアー募集共同広告、販売促進ツール提供等の支援を行う。市場にまだ流通していない先駆的な訪日ツアー商品の企画提案を行い、市場への導入から定着するまでの支援も実施する。

（20 年度の実績 送客数 約 478,000 人、21 年度実績は集計中）

- ・主な先駆的ツアー造成事業 西日本方面ツアーの造成（中国）、「温泉と地方都市」ツアーの造成（韓国）、

（21 年度の実績 関西滞在型ツアーの造成 送客数 133 団体 3,590 人）（*）

* 上海及び周辺地域で試行。着手した平成 19 年当時、同種のツアーは皆無に近い状況だったが、近年は市場に定着・増加する傾向にある。

5. VJ 重点市場以外の市場における事業

ビジットジャパン（VJ）事業の 15 重点市場を除く市場において、プロモーション事業を実施する。

- ・旅行博覧会・イベントへの出展（フィリピン、インドネシア、ベトナム）
- ・旅行会社対象のセミナー、ツアー募集共同広告、視察招請等の訪日ツアー販売支援（ニュージーランド、北欧、オランダ、スイス、オーストリア、メキシコ、ブラジル）

問い合わせ先：海外プロモーション部 平田 TEL:03-3216-1902



平成 22 年度 JNTO コンベンション誘致事業の概要

—Japan MICE Year に合わせ、海外で積極プロモーション—

日本政府観光局(JNTO)は、2010年のコンベンション誘致事業計画を設定し、「Japan MICE Year」として、国際会議誘致から MICE 全般の推進にむけて、国をはじめ国際会議会員都市や業界との連携を強化しつつ、着実に MICE 誘致に向けた訪日誘致戦略を進めて行くこととしている。

※ MICE とは:企業等の会議(Meeting)、企業の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive(Travel))、国際会議(Convention)、イベント、展示会・見本市(Event/Exhibition)の頭文字のこと。

- ① MICE 元年として、日本が MICE の開催適地であることを海外に向けて積極的にプロモーションする。
- ② アジアからの訪日インセンティブ旅行の誘致強化
2009年に大幅な成長が見られた東南アジア及び中国、また、ウォン安から回復の兆しを見せる韓国を三大重点市場とし、インセンティブ誘致を図るほか、大型グループや富裕層インセンティブツアーへの積極的なサポートを実施し、日本へのリピーター増加を図る。
- ③ 上記2つの基本方針を遂行するために国際会議観光都市との連携をさらに強化する。

○主な事業(予定含む)

- ・海外主要 MICE 見本市への出展およびセミナーの開催
国内の充実した受け入れ態勢やユニークなコンベンション会場、体験プログラムなど日本ならではのサービスについて、観光庁 MICE 事業と連携し世界の各地域最大の MICE 見本市に出展し、PRおよび商談を行う。
 - ・ 欧州: IMEX2010(5月)、EIBTM 2010(11月)
 - ・ 北米: ASAE(8月)、PCMA(2011年1月)
 - ・ 東南アジア: IT&CMA(10月)
 - ・ 韓国: KME(11月)
 - ・ 中国: IT&CM China(4月)、CIBTM、上海インセンティブセミナー(9月)
 - ・ 豪州: AIME(2月)
- ・有力な国際会議主催者やインセンティブ旅行のキーパーソンに対する招請事業の実施(観光庁が推進する MICE 支援プログラムの活用含む)。
- ・国内及び海外事務所を動員したセールス活動の実施。
 - *開催地決定会議でのレセプションやPRブース運営支援など
- ・JNTO 日本語ウェブサイト内の「日本 MICE ポータルサイト」の充実強化
 - *協賛都市コンベンション推進機関が提供する国際会議開催支援情報の充実等。

問い合わせ先: コンベンション誘致部
大野 TEL:03-3216-2905

