

平成28年度 インバウンド戦略 ～選ばれ続ける「NAGANO」へのインバウンド展開～

具体的な目標

平成31年までに外国人宿泊者200万人を達成するための着実な積み上げ

市場の変化

リピーター層の増加 個人旅行への移行

- ◆ 旅行形態
趣味性の高いテーマ旅行がさらに多様化
- ◆ 訪日動機
旅行会社の情報から「ロコミ」などSNSがきっかけで訪日旅行へ
- ◆ 目的地
主要都市・ゴールデンルートの訪問から、地方訪問の拡大の動き(地域間競争が激化)
- ◆ 消費活動
爆買層など「モノの消費」から、さらに成熟した層の日本でしかできない「コトの消費」へ移行の傾向

取組方針

【H27】「一度は行ってみたい」と思わせる主要コンテンツ(スノーモンキー、松本城など)に頼ったプロモーション

○ リピーター化、長期滞在を目指すためには、単独のコンテンツではなく、長野県が旅の目的地として選ばれ続ける必要がある
長野県が選ばれる理由＝世界水準の「山、アウトドア、健康長寿」

【H28】「山」、「アウトドア」、「健康長寿」の浸透と具体的な商品提案を強力に推し進める

重点事業

- 「山」、「アウトドア」、「健康長寿」をテーマとした滞在型ツアーの造成を支援
山、アウトドア、健康長寿のテーマ旅行へ補助金を交付、テーマ別のモデルルートの構築
テーマを絞った滞在型ツアー造成のための旅行会社招聘
- SNS等を活用した集中的な情報発信
パワーブロガー招聘、県内在住外国人ブロガーによるリアルタイムな情報発信
- 外国語サイト「Go!NAGANO」による情報発信(平成27年度に再構築)
トリップアドバイザーと連携しロコミに対応、スマートフォン対応サイトに最適化
- 事業者と一体となったプロモーションの展開
県現地観光セミナー・商談会、事業者と共同で旅行博へ出展し個人へ訴求

平成28年度 市場別インバウンド戦略

優先順位	市場	戦 略	県内宿泊者数(観光庁)※ 下段括弧内(対前年比)		
			H26(確定値)	H27(確定値)	H28目標
1	中国	<p><u>ターゲット</u>:都市部のアウトドア嗜好者、スキー愛好者、健康志向の高齢者</p> <p><u>訴求テーマ</u>:パウダースノー、アウトドア、健康(サイクリング・トレッキング・温泉)・安全な食といった「健康長寿」</p> <p><u>手法</u>:スキークラブ等への長野観光セミナーの開催、メディア・旅行会社の招聘、影響力のあるブロガーの招聘・インフルエンサーによる発信等SNSの活用、石川県・富山県・新潟県等との連携による集中的なプロモーション</p>	4.4万人 (191.3%)	12.4万人 (281.8%)	24.8万人 (200.0%)
	東南アジア (タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)	<p><u>ターゲット</u>:都市部の富裕層及び中間層(若年・ファミリー・高齢層)</p> <p><u>訴求テーマ</u>:美しい四季(雪・花・紅葉)、伝統文化、素朴な田舎</p> <p><u>手法</u>:現地訪日旅行関係者とのネットワーク拡充(観光セミナー・商談会、セールスコール:商品造成・送客実現)、認知度向上(主要旅行誌等への広告出稿、パワーブロガー招聘等SNSの活用、旅行フェア出展:FIT取込み・商品販売促進)</p>	5.0万人 (147.1%)	7.8万人 (156.0%)	10.5万人 (134.6%)
2	台湾	<p><u>ターゲット</u>:家族層の個人旅行志向者、アウトドア愛好者、健康志向の高齢者</p> <p><u>訴求テーマ</u>:、アウトドアアクティビティ、真田丸、忍者、マラソン、サイクリング</p> <p><u>手法</u>:影響力のあるブロガーの招聘・インフルエンサーによる発信等SNSの活用、現地での商品提案会の開催</p>	18.0万人 (118.4%)	22.2万人 (123.3%)	26.0万人 (117.1%)
3	オーストラリア	<p><u>ターゲット</u>:スキー愛好者、アウトドア愛好者</p> <p><u>訴求テーマ</u>:パウダースノー、山</p> <p><u>手法</u>:スキー旅行博へ出展、旅行会社・メディア招聘、インターネット広告</p>	7.0万人 (166.7%)	6.8万人 (97.1%)	7.0万人 (102.9%)
	香港	<p><u>ターゲット</u>:家族層の個人旅行志向者、アウトドア愛好者、健康志向の高齢者</p> <p><u>訴求テーマ</u>:アウトドアアクティビティ、レンタカーを活用した県内周遊、軽井沢等ウェディング</p> <p><u>手法</u>:現地旅行会社へのセールスコール、メディア・ブロガー招聘</p>	3.5万人 (125.0%)	6.5万人 (185.7%)	9.4万人 (144.6%)
	韓国	<p><u>ターゲット</u>:登山などアウトドア愛好者</p> <p><u>訴求テーマ</u>:山、アウトドアアクティビティ</p> <p><u>手法</u>:登山等の旅行会社の招聘、登山専門誌等への広告出稿</p>	1.9万人 (82.6%)	2.7万人 (142.1%)	3.5万人 (129.6%)
合計			66.0万人 (121.5%)	94.7万人 (143.5%)	120万人 (126.7%)

※:市場別の宿泊者数は、従業員数10人以上の施設のみ(出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」)