



Information

Contents

台湾・香港向けプロモーション

日本旅行では、地域へのインバウンド誘客促進を図るため、国・地域ごとに最適なプロモーション事業をご提案いたします。今回は訪日外国人観光客の約1/4を占める台湾・香港へ向けた効果的なプロモーションをご紹介します。

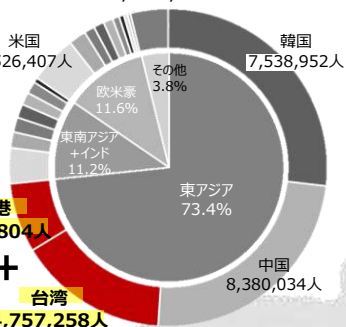
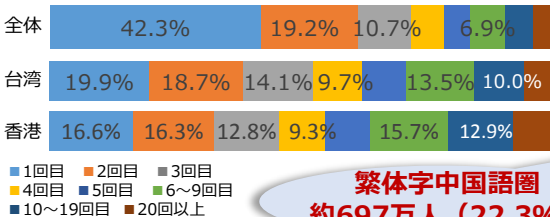
台湾・香港市場の特徴

- ✓ 高いリピーター率（台湾80.1%、香港83.4%）
- ✓ 個人旅行（FIT）化の進行
- ✓ 観光ニーズの地方分散
- ✓ 主な旅行情報源はWeb・SNS



2018年 訪日外客数
(31,191,856人)

2017年 訪日回数別の内訳



繁体字中国語圏
約697万人 (22.3%)

出典：日本政府観光局（JNTO）

1 台湾・香港でユーザー数No.1 訪日メディア

訪日の情報源として、Webを最も活用する台湾と香港で、圧倒的な認知度と影響力を誇る「日本観光情報サイト」『**楽吃購(ラチャーゴー)！日本トラベルガイド**』における情報の発信により、地域の認知度向上を図ります。

ネイティブライターによる取材・執筆により、一方的な情報発信ではなく、現地読者のニーズを捉えた効果的なプロモーションが可能です。

日本の「伝えたい」を台湾香港の「知りたい」へ変換

日本観光情報サイトで
台湾人・香港人 **閲覧者数No.1!**

ユーザー数（UU）：月間150万人以上
Facebookファン数：68万人



Contents

2 台湾現地 アンテナショップにおけるリアルプロモーション

台北 東區エリアに位置するアンテナショップ『MiCHI café』の活用で、オンラインでの情報発信だけでなく、台湾の方と直接対面したリアルプロモーションの展開が可能です。

活用方法（一例）

- 物産品のテスト販売
- 試飲・試食会
- アンケート調査
- 観光プロモーション・商品展示
- ワークショップ・セミナーの開催 など

「東區エリア」・・・台北市内屈指の繁華街
情報感度が高く、消費力旺盛な若者が集まる

観光情報サイトラチャーゴー！との連動により
O to O (Online To Offline)
プロモーションを実現！

情報の着地点としてのリアルプロモーション



Information

3 日本の観光物産博

台北駅構内および遠東SOGOにて第7回「日本の観光・物産博2019」（特別協賛 日本旅行）を開催します。
観光プロモーションをはじめ、物産品の販売や現地旅行会社による旅行商品の販売も可能となり、台湾における地域の認知度向上が期待できるイベントです。

会場	会期	
台北駅会場	2019年6月20日（木）～22日（土）	3日間
遠東SOGO百貨会場	2019年6月21日（金）～23日（日）	3日間

2018年来場者数
155,000人

