

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

臺日雙邊合作會議－Meet Colors!台灣
日本首播記者會

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：國際組組長 林坤源
科員 詹吟英

派赴國家：日本

出國期間：民國 105 年 11 月 15 日至 17 日計 3 日

報告日期：民國 106 年 1 月 10 日

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數：7 本文含附件：是

出國報告名稱：「臺日雙邊合作會議－Meet Colors!台灣 日本首播記者會」

出國計畫主辦機關：交通部觀光局

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話：林坤源/交通部觀光局國際組/組長/詹吟英/交通部
觀光局國際組/科員

出國類別：其他

出國地區：日本東京

出國期間：民國 105 年 11 月 15 至 17 日

報告日期：民國 105 年 12 月 日

分類號/目：H9/觀光

關鍵詞：日本，東京，不定期會議，出席雙邊觀光合作會議

內容摘要：

日本市場為我重要客源市場之一，日本來臺旅客重遊率高，尤以自由行年輕族群近年成長快速，為推廣臺灣多元豐富的觀光資源，並有效觸及目標客群，特邀請日本知名女星長澤雅美擔任臺灣觀光代言人，來臺拍攝以顏色為主題的「Meet Colors! 台灣」觀光宣傳影片，藉由她的知性魅力推薦各繽紛色彩所代表的臺灣多彩樣貌，吸引日本旅客來臺發現屬於自己的色彩，於 2016 年 11 月 16 日選擇在日本年輕人聚集的六本木辦理首播記者會，透過媒體發散提升臺灣觀光知名度，進而吸引日本旅客來臺；到場媒體約 50 多位，活動結束後的媒體露出(含平面及多媒體)多達上百則，網友回應也多表示拍出臺灣質感，給予正面評價，宣廣效益良好。

他山之石可以攻錯，藉由拜會日本觀光廳－日本政府觀光局(JNTO) 國際觀光課外客誘致室長笈田雅樹、係長村田弘貴，汲取其在邁向「觀光先進國」的短、中、長程的任務及策略，以 3 個觀點及 10 項改革為主軸，作為我觀光政策制定之參考準據。

臺日雙邊合作會議－Meet Colors!台灣 日本首播記者會

目 次

壹、目的	1
貳、行程表	2
參、內容紀要	3
肆、心得及建議	6
伍、附件	8
一、拜會名單	8
二、記者會活動企劃書	10
三、相關媒體報導	20
四、相關活動照片	27

壹、目的

日本在 2012 年喊出「觀光立國」口號，宣誓其傾國家之力推展觀光的決心，5 年來執行有成，從發布後隔年(2013 年)的訪日旅客 1,000 萬人次到今(2016)年 10 月底突破 2,000 萬人次，觀光產值 3 倍成長為 3 兆 4,771 億日圓(約新臺幣 9,736 億元，匯率以 1 日圓=0.28 元新臺幣計)；在成功爭取 2020 年奧運主辦權後，下一階段的目標及具體作為值得關注，透過拜會日本政府觀光局(JNTO)，除交換臺日宣廣經驗，並汲取其短中長期全面性推展觀光策略，以為本局政策制定之參考或運用其策略配合聯動創造雙贏。

臺日觀光交流向來密切，臺灣因歷史淵源以及距離近等因素，自去年(2015)年起超越夏威夷，連續 2 年獲日本民眾選為黃金周假期首選旅遊目的地，即使近年日本出國人數減少，來臺旅客仍有百分比 2 位數的成長；今(2016)年召開的「第 9 屆臺日觀光高峰論壇」雙方共識促成交流人數早日達 600 萬人次，並縮短互訪人數差距。截至 2016 年 10 月臺灣赴日旅客 3,699,518 人次，成長 15.07%；日本來臺 1,525,897 人次，成長 17.52%。本局向來秉持「全球布局，多元行銷」推展臺灣觀光，除加強整備硬體設施，結合在地資源建置借問站，實施旅遊從業人員訓練，提供國際旅客免費 WiFi 服務等措施，打造臺灣為安心、安全的優質旅遊環境，也針對日本市場訂定行銷策略，辦理各種宣廣活動，因應需求及情勢，積極經營日本市場。

日本市場為我重要客源市場之一，日本來臺旅客重遊率高，尤以自由行年輕族群近年成長快速，為推廣臺灣多元豐富的觀光資源，並有效觸及目標客群，特邀請日本知名女星長澤雅美擔任臺灣觀光代言人，來臺拍攝以顏色為主題的「Meet Colors! 台灣」觀光宣傳影片，藉由她的知性魅力推薦各繽紛色彩所代表的臺灣多彩樣貌，吸引日本旅客來臺發現屬於自己的色彩，於 2016 年 11 月 16 日選擇在日本年輕人聚集的六本木辦理首播記者會，透過媒體發散提升臺灣觀光知名度，進而吸引日本旅客來臺。

貳、行程表

本案活動於 11 月 15 日從臺北出發下午抵達日本東京後，隨即拜會觀光廳-日本政府觀光局(JNTO)研商臺日觀光推廣策略等相關議題；11 月 16 日進行「Meet Colors!台灣」日本首播記者會，活動結束後與日本旅行業協會(JATA)餐敘洽談臺灣旅遊產品在日行銷宣傳事宜，並與各航空公司洽商「優遊台灣-4 人同行，1 人免費」促銷專案執行情形，翌日(11 月 17 日)搭機返臺，結束 3 天緊湊充實行程，行程如下表：

日期	時間	行程	備註
第一天 11/15 星期二	09:00-12:40	中華航空 CI 220(臺北松山-羽田)	
	14:00-14:30	機場出發前往飯店 check in	
	15:30-16:00	飯店出發前往觀光廳拜會	
	16:00-17:00	拜會国土交通省觀光庁	觀光廳人員：国際観光課外客誘致室長笈田雅樹、係長村田弘貴
	18:30-21:00	意見交換及餐敘(與航空公司)	中華航空、長榮航空、復興航空
第二天 11/16 星期三	10:15	飯店出發	
	11:00-11:40	Meet Colors!Taiwan 記者發布會	地點：六本木 Hills 大屋根
	12:30-13:30	拜會及餐敘(與 JATA)	JATA 人員：志村格(JATA 理事長)、重田俊明(海外旅行推進部長)、酒井秀則(海外旅行推進部担当副部長)等
	14:00-16:30	拜會業者	東武集團
	17:00-18:00	視察東京事務所	

	18:30-20:30	意見交換及餐敘(與電通)	與日本大型廣告公司-電通製作人水越悠輔等 10 人洽談未來在日各項推廣公關活動及獎勵旅遊社員旅行
第三天 11/17 星期四	11:30	飯店出發前往羽田機場	
	14:15-17:15	中華航空 CI221(羽田-臺北松山)	

參、內容紀要

一、2016 年 10 月底訪日旅客首度突破 2,000 萬人次，創造 3 兆 4,771 億日圓(約 9,736 億新臺幣，匯率以 1 日圓=0.28 元新臺幣計)的觀光產值；在取得 2020 年奧運主辦權後，日本政府更積極擘畫觀光的永續經營，以及下一個倍增－國際旅客訪日 4,000 萬的目標，創造 8 兆日圓觀光產值；2030 年訪日旅客預計達 6,000 萬人次，15 兆日圓觀光產值…他山之石可以攻錯，藉由其邁向「觀光大國」的短、中、長期任務歸納下列策略及措施作為我等之參考：

(一)於再造地方的基礎上，將觀光資源的魅力發揮到極致。

1、以觀光客的角度看待「文化財」，從「保存優先」轉換到「促進理解」，甚至活化觀光資源。

－在 2020 年之前，加強支援以「文化財」為核心的 200 個觀光據點整備，展開簡明易懂的多國語言解說及修繕等 1,000 個事業；隨著觀光客增加而產生的收益再投入文化財的保存及活用事業，培養當地技術人才，如此良性循環。

2、將「國立公園」打造成具世界水準的「國際公園」

－目前到訪國立公園的外國人約 430 萬人次，希望在 2020 年達成 1,000 萬人的目標；首先活用民間力量，集中改善 5 個國立公園成為體驗型、活用

型的空間。

3、在主要觀光地訂定「景觀計畫」，美化街道。

— 跨越行政界限，以景觀範圍為原則，選定示範地區重點支援，例如在歷史重點區推廣無電線杆街道，整備 Wi-Fi 環境等，提升地方觀光魅力。

(二)革新觀光產業，提升國際競爭力，使成為日本基幹產業。

1、改善舊有法規制度，成為注重產值的觀光產業。

— 徹底檢討 60 年以上的法規制度，以政府力量給予宏觀整合配套支援，強化培育頂尖經營人才、完善規範民宿管理規則、提升旅宿業生產性等。

2、開拓新市場，同時實現延長住宿及擴大消費。

— 實施以吸引歐、美、澳等富裕層的專案計劃及放寬簽證等措施；建構政府層級的國際會展/會議(MICE)支援體制，將來以官方+民間攜手的組織爭取 MICE。

3、以創新激活疲弱不振的溫泉街、地方城市。

— 在 2020 年之前，活用地方能量、放寬法規，在全國設置 100 個具世界水準的 DMO(目的地行銷組織)活化再造觀光地，實現安定、永續的「觀光造鎮」。

(三)營造讓所有觀光客都能感到舒適、無壓力的友善旅遊環境。

1、運用科技的進步，全面改善作業系統，實現世界第一的便捷旅遊。

— 活用世界最先進科技，改善入出國審查作業，實現無壓力通訊、無障礙交通，以及無現金交易觀光。

2、活用交通網，串聯各城鎮，建構完整「地方創生迴廊」

— 運用 LCC(廉價航空)及新幹線等長距離交通網擴大觀光腹地，例如北海道新幹線的開通，整個南、北北海道及東北地區一體化，帶動人流從首都圈移往二線城市；另，以往外國旅客僅能在海外透過部分旅行社購買的「JAPAN RAIL PASS」(※由 JR 等 6 家鐵道公司聯營的周遊券，使用範圍可從

北海道至九州自由上下車)將可在抵日後購買，不須事先購買。

3、改善「工作方式」及「休假方式」成為與時俱進的社會

—修正勞動基準法，導入家人容易一起取得休假制度，目標在 2020 年有薪休假取得比例達到 70%(※近年日本實際休假比例下降至 5 成，有 3 分之 2 勞動者對休假感到猶豫)，對於實施分散休假的產業給予獎勵，促進公務員配合學校休假，振興日本國內觀光產業。

二、針對吸引東南亞主要國家之目標客群及策略如下：

(一)泰國：主要目標客群為住在首都圈的富裕層(主要為自由行及重遊客)及中產階層，藉由免簽證(2013 年 7 月起實施)深化訪日觀光，強化以北陸信越、中国地區地方魅力，開發新景點，塑造「日本=高品質」觀光形象，推廣期間以泰國過年(4 月)、秋季休假(10 月)、年末(12 月)為主。

(二)馬來西亞：主要目標客群為華人家庭(團體旅遊)及年輕族群、穆斯林、教育旅行。針對馬來西亞旅遊高峰季(11~12 月)訴求日本冬季魅力，並推薦訪日最適時節(3 月下旬~4 月)。運用 2015 年 10 月 1 日亞洲航空(AIR ASIA)開航的北海道航線，擴大訪日旅客深入地方。同時積極向佔該國 6 成人口的穆斯林族群宣傳飲食、禮拜等穆斯林友善、安心旅遊環境。

(三)印尼：主要目標客群為居住在爪哇、泗水、棉蘭等地的富裕層及在爪哇的 20~30 歲年輕族群。利用連續假期(學校放假、開齋節)強化宣傳海外旅遊需求，並以知名度較高的中部、北海道為中心，開發新行程深入二線城市，同時宣傳飲食、禮拜等穆斯林友善、安心旅遊環境。

(四)菲律賓：主要目標客群為居住在馬尼拉、宿霧等地的富裕層及中產階層和 20 歲左右的年輕族群。除了在主要市場馬尼拉首都圈集中宣傳推廣，也持續在增加直航班機的宿霧進行促銷。在訪日最高峰的復活節假期前後(3、4 月)及第 2 高峰(12 月)促進送客至受歡迎的東京、大阪，以及有直航班機的九州及最受注目的北海道。

(五)越南：主要目標客群為富裕層及中產階層和 20 歲左右的年輕族群。隨

著訪日市場擴大，善用四季風情(春櫻、夏花、秋楓、冬雪)除了越南新年旅遊旺季(1~2月)，以促銷增加訪日高峰期(4月及10月)創造訪日需求。持續加強河內、胡志明市及直航點峴港的促銷，除目前東京、大阪等黃金路線外，也積極開發中部、九州行程送客到二線城市。

肆、心得及建議

- 一、2015年臺灣正式躋身為千萬國際旅客的觀光大國，今(2016)年12月11日再度迎來千萬旅客。觀光成果需有經年累月的宣廣、行銷，操作手法也因地制宜、與時俱進，政府政策的支持尤為重要；日本政府落實「觀光優先」整合各政府單位資源，傾全力拼觀光，可為我等之參考；本局也積極運用臺日友好關係，整合各部會資源，促成臺灣的玉山與榮登世界文化遺產的富士山締結友好山；野柳地質公園與日本山口縣美彌市秋吉台國家公園(秋芳洞)締結姊妹公園，秋吉台國家公園將野柳地質公園所送女王頭模型放在該公園入口明顯處協助宣傳；辦理「32同名車站活動」、促成臺鐵局與京急及東武等鐵道公司締結友好關係、日本江之島電鐵與平溪線聯合行銷，成效良好，今後也將廣續整合政府資源積極推動臺灣觀光。
- 二、加強臺日地方交流，促進二線城市觀光互訪，帶動臺灣地方縣市增加國際交流經驗進而主動出擊。日本地方政府在推廣觀光方面自主性強且積極活躍，或來臺辦理觀光說會或聯合周邊縣市以物產展推介日本觀光；臺灣地方政府透過本局嫁接的平台，逐漸體認到海外推廣的重要，也學習如何有效行銷地方特色，例如臺中市政府透過YOSAKOI索朗節的交流互訪，在本局協助下，於2016年辦理首屆踩街文化活動，並結合中部7縣市組成中臺灣觀光聯盟赴日辦理推廣活動，希望將來有更多地方政府積極主動行銷在地特色。
- 三、近年來日本入境人數大幅增加，已突破2,000萬人次，並向下個倍增目標4,000萬人次邁進，究其原因主要在政策大鬆綁如簽證、購物免稅等，加上日幣貶值，因此大幅吸引旅客赴日。另外，為大力吸引東南亞廣大穆斯林客群，也積極發展穆斯林友善環境營造，這點與本局策略不謀而合。
- 四、由於世界趨勢主要客源多來自鄰近國家，與日本同位於亞洲的臺灣面臨激烈的競

爭，為加強臺灣觀光競爭優勢，必須發展在地特色旅遊元素，結合民間力量共同實行推廣臺灣優質特色之旅。

五、為推廣臺灣多元豐富的觀光資源，並有效觸及目標客群，特邀請日本知名女星長澤雅美擔任臺灣觀光代言人，來臺拍攝以顏色為主題的「Meet Colors! 台灣」觀光宣傳影片，藉由她的知性魅力推薦各繽紛色彩所代表的臺灣多彩樣貌，吸引日本旅客來臺發現屬於自己的色彩，於2016年11月16日選擇在日本年輕人聚集的六本木辦理首播記者會，透過媒體發散提升臺灣觀光知名度，進而吸引日本旅客來臺；到場媒體約50多位，活動結束後的媒體露出(含平面及多媒體)多達上百則，網友回應也多表示拍出臺灣質感，給予正面評價，宣廣效益良好。

附件一、出席名單

觀光庁
観光庁 観光外交課 観光課長

笈田 雅樹
OTTA Masaki

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03-3581-5111) (内線 27-611) 03-3581-5023 (直通)
Fax: (03) 3238-1103
e-mail: otta-masaki@ma.go.jp

觀光庁
観光庁 観光課 課長

村田 弘貴
MURATA Hiroki

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03-3581-5111) (内線 27-628) 03-3263-8224 (直通)
Fax: (03) 3268-1583
E-mail: murata-hiroki@ma.go.jp

EVA AIR

林 玄修
林 玄修
ANA 日本航空

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03) 3238-1103
Fax: (03) 3238-2440
EVA AIR 日本航空
www.eva-air.com

交流協会
国際交流協会

嶋海 麻里
嶋海 麻里

〒100-0270 東京都港区赤坂1-10-30
Tel: (03) 3401-3861 (内線411) Fax: (03) 3401-3863
E-mail: extremeharry@jia.go.jp
http://www.jia.go.jp

Cheng Yu
Jih-Wan Chang

CHINA AIRLINES

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03) 3238-1103
Fax: (03) 3238-2440
www.china-airlines.com/jp

Jih-Wan Chang
Business Passenger Marketing Japan

CHINA AIRLINES

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03) 3238-1103
Fax: (03) 3238-2440
www.china-airlines.com/jp

ANA 日本航空

阿部 克則
阿部 克則

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03) 3238-1103
Fax: (03) 3238-2440
www.ana.co.jp

SIGMU TransAsia

江 許賢
江 許賢

〒100-8508 東京都千代田区千代田1-1-1
Tel: (03) 3238-1103
Fax: (03) 3238-2440
www.sigmu.com.tw



東京入都
観光100社宣言

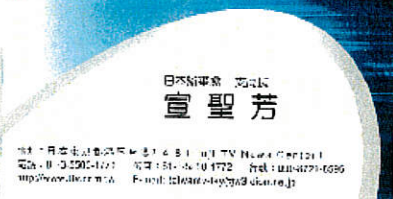


鈴木 健大
Suzuki Ken'ichi



東京タワー・スカイタワー株式会社

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL: 03-5561-1111 FAX: 03-5561-1111
TEL: 03-5561-5655 FAX: 03-5561-5655
E: info@tower-skytower.co.jp



日本総研 代表
宣 聖 芳

〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1 OTTV House Center
電話: 03-5561-1111 伝真: 03-5561-1172 伝呼: 03-5561-6956
http://www.ottv.co.jp E-mail: tokyo@ottv.co.jp



理事長 **志 村 格**

東京千代田区千代田3-3-3
全日本観光ビルヂングビル1000013
http://www.jata.or.jp
E: info@jata.or.jp
TEL: 03-3562-1274 FAX: 03-3562-1274



海外旅行推進部

重 田 俊 明

東京千代田区千代田3-3-3 TEL: 03-3562-1274
全日本観光ビルヂングビル1000013 FAX: 03-3562-1274
URL: http://www.jata.or.jp
E: info@jata.or.jp



海外旅行推進部

代表取締役 **酒 井 秀 則**

東京千代田区千代田3-3-3 TEL: 03-3562-1274
全日本観光ビルヂングビル1000013 FAX: 03-3562-1274
URL: http://www.oto-net.or.jp
E: multi-otokojata.net.or.jp

Yusuke Mizukoshi
水 越 悠 輔

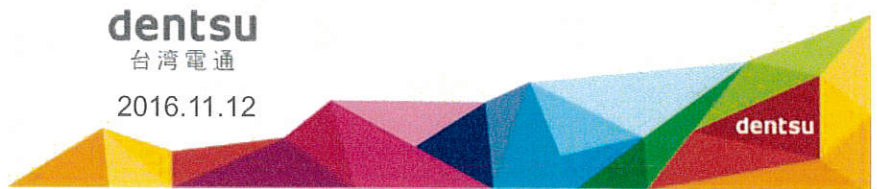
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
OTTV House Center
TEL: 03-5561-1111 FAX: 03-5561-1172
E: info@ottv.co.jp
http://www.ottv.co.jp
OTTV House Center
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL: 03-5561-1111 FAX: 03-5561-1172
E: info@ottv.co.jp
http://www.ottv.co.jp
ISO14001 環境表示



2016

交通部觀光局 日本地區國際宣傳計劃

東京六本木Hills記者會 暨
臺灣觀光體驗活動



2



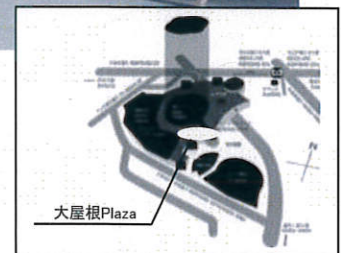
Kick off Event@東京

Campaign kick off 記者會 結合 臺灣體驗EVENT。

Good
Innovation.



六本木Hills 大屋根Plaza (東京都港区六本木6-10-1)



■ 前往方式

- ・東京Metro H日比谷線 H04「六本木站」1C出口 步行0分鐘
※位於連通道路
- ・都營地下鐵 E大江戶線 E23「六本木站」3號出口 步行4分鐘

■ 場地面積

約660㎡ (其中活動場地約300㎡) 挑高：7m~9m

記者會 | 實施綱要

- 活動名稱 : Meet Colors! Taiwan 新Campaign計劃 記者發布會
- 活動日期 : **11/16 (三)**
- 活動時間 : 於11:00~11:40間 (40 分鐘/10:30~開放媒體簽到)
- 活動會場 : 六本木Hills 大屋根 Plaza
- 特別來賓 : 長澤雅美
- 實施內容 : 計畫案綱要說明、新TVCF放映、代言人talk show、PR演出、合影、長官聯訪
- 媒體對象 : TV (情報・藝能・新聞節目)
報紙 (體育娛樂報/通訊報社/業界相關報)
雜誌 (情報雜誌/旅遊關聯雜誌/娛樂雜誌/專業雜誌)
網路 (情報網站/娛樂網站/休閒網站/旅遊相關網站)

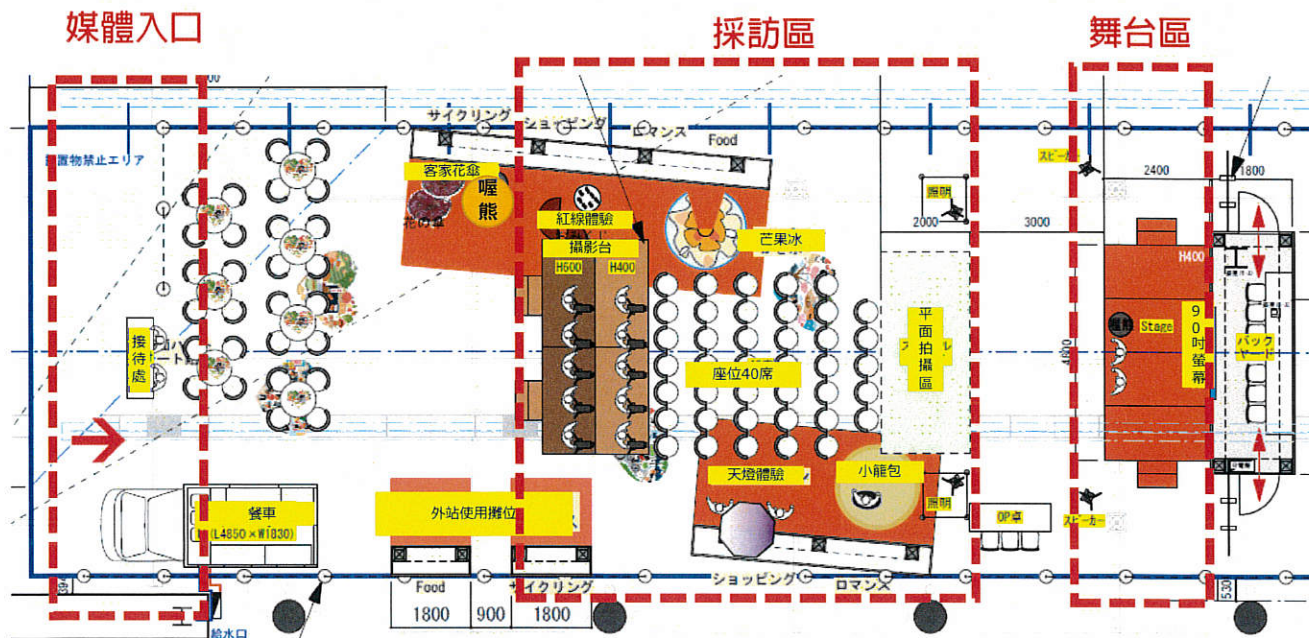


TIME	LAP	TITLE	CONTENTS
10:30	30'		媒體簽到接待
11:00	2'	主持人開場	・主持人開場
11:02	5'	長官致詞	・主辦單位長官致詞 (活動主旨、概要、今後計畫方向、主旨…等)
11:07	4'	任命儀式	・新臺灣觀光代言人長澤雅美登場 ・嚶熊將觀光代言人代表物帶上台舉行代言任命式(由觀光局國際組組長頒任)
11:11	2'	新TVCF 揭幕	・新廣告播放 (60sec Ver)
11:13	10'	代言人 Talk Session	・主持人進行長澤雅美talk session (擔任新代言人的感想、廣告拍攝花絮、臺灣魅力、推薦的臺灣景點…等) ・擲筊杯體驗/公開天燈願望
11:23	1'	閉會	・主持人總結~引導媒體拍照/攝影 (同時宣布14點起 臺灣觀光event開始營運)
11:24	6'	轉場	・合影前轉場、媒體移動至前方
11:30	10'	合影	①長澤雅美+副代表+組長 ②長澤雅美+副代表+組長+臺灣嚶熊 ③長澤雅美+臺灣嚶熊 ④長澤雅美
11:40	10'	長官聯訪	依照媒體個訪等需求依序應對
11:50			記者會結束

記者會 | 平面配置示意

- ・ 規劃平面拍攝、報導文字撰寫、影像拍攝三種媒體採訪型態之區域
- ・ 整體平面配置方式以可於記者會結束後，讓各出席媒體能同時拍攝會場布置及內容物 (大型FRP/飲食區域等)

※ 記者會結束後將撤下攝影機使用的高台、舞台等並設置桌椅，轉換成針對一般參加者的活動所需配置。





臺灣觀光體驗活動

Good
Innovation.



臺灣觀光EVENT | 實施綱要

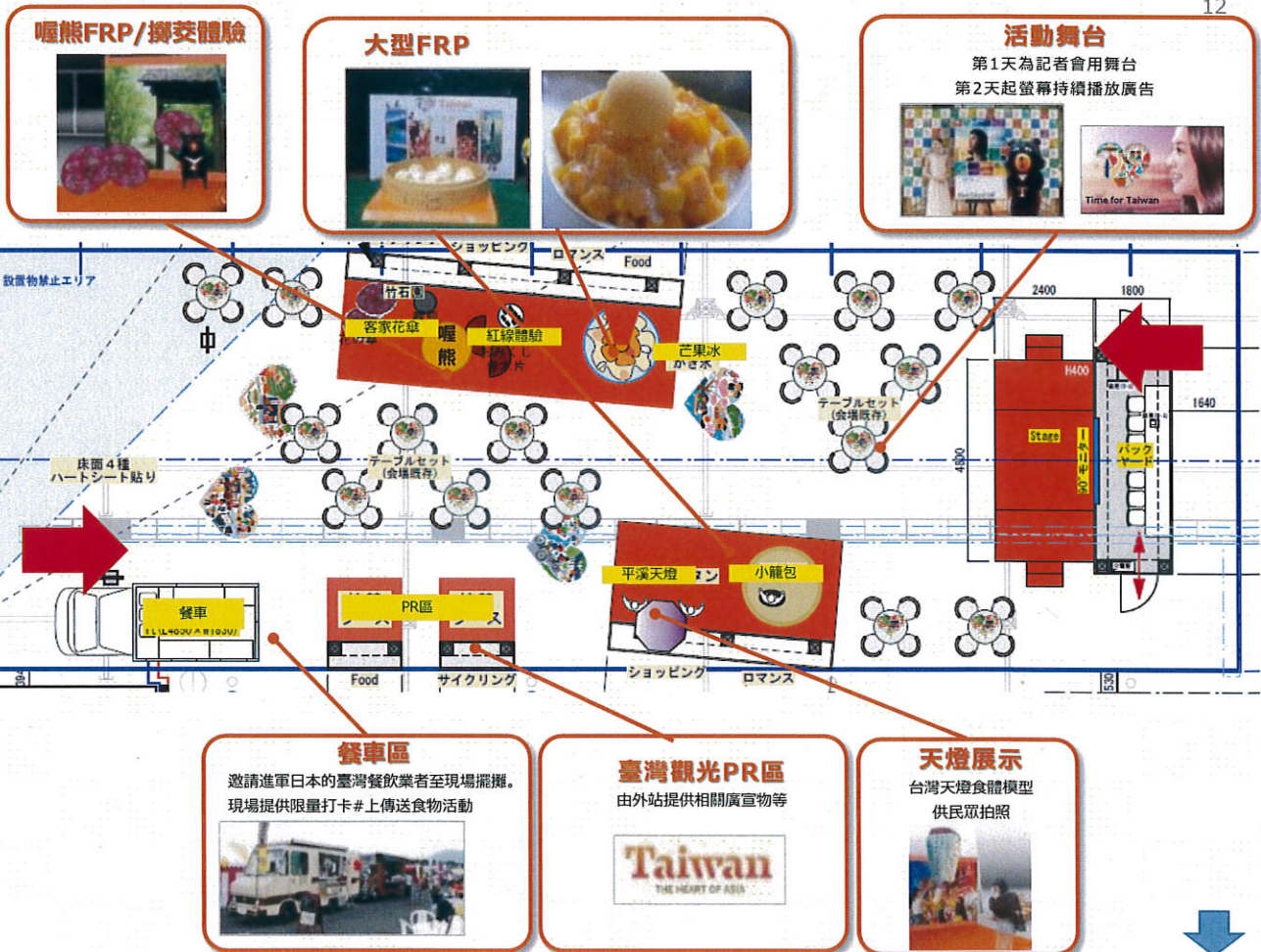
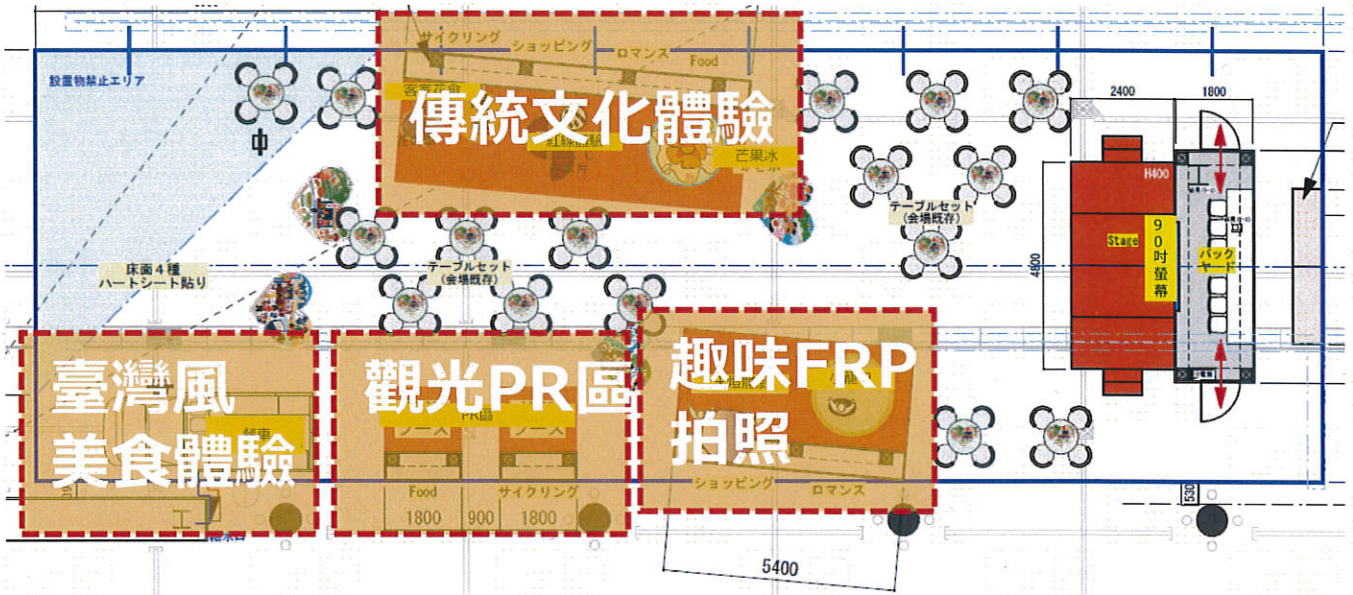
10

- 活動名稱 : Meet Colors! Taiwan 臺灣觀光EVENT
- 活動日期 : 11/16 (三) ~11/20(日)
- 活動時間 : 11月16日(三) 14:00 ~ 20:00
11月17日(四)、18日(五) 13:00 ~ 20:00
11月19日(六)、20日(日) 11:00 ~ 20:00
- 活動會場 : 六本木Hills 大屋根 Plaza
- 活動內容 : 傳統文化體驗區(紅線/花傘)、大型FRP拍照體驗區(小籠包/芒果冰/喔熊)、
臺灣觀光局PR區、臺灣風美食體驗區

Good
Innovation.

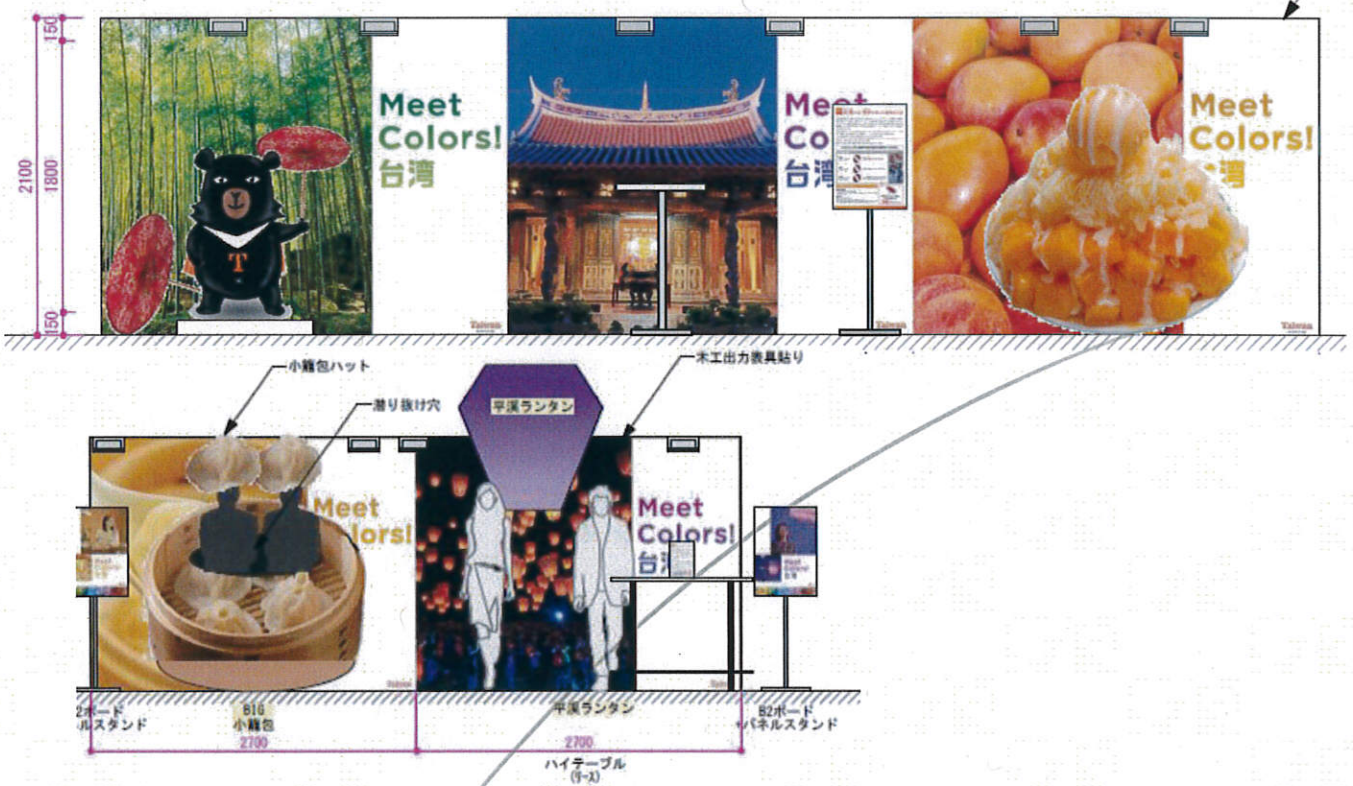


- 活動會場將設置四大體驗區
- 一. 傳統文化體驗區, 二. 大型FRP拍照體驗區(小籠包/芒果冰/喔熊)
- 三. 臺灣觀光局PR區 四. 臺灣風飲料餐車體驗區
- 整體配置能讓民眾邊坐著休息邊觀賞相關會場內的臺灣觀光相關廣告。
- 主舞台於活動期間會持續播放「Meet Colors Taiwan」CF。

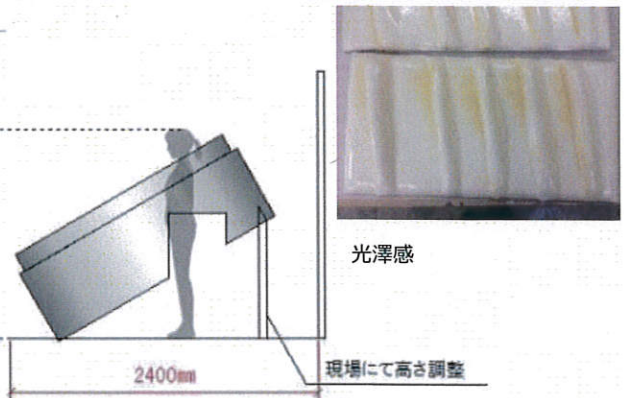
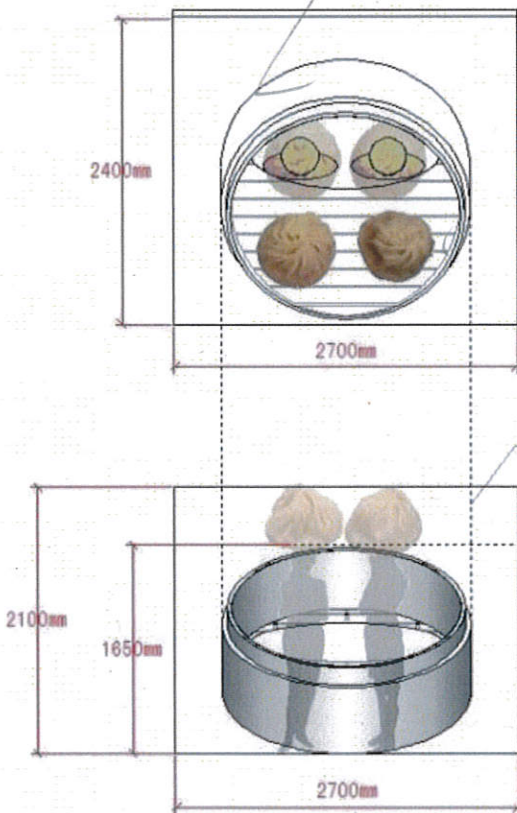


※示意圖 實際圖樣請參考下頁

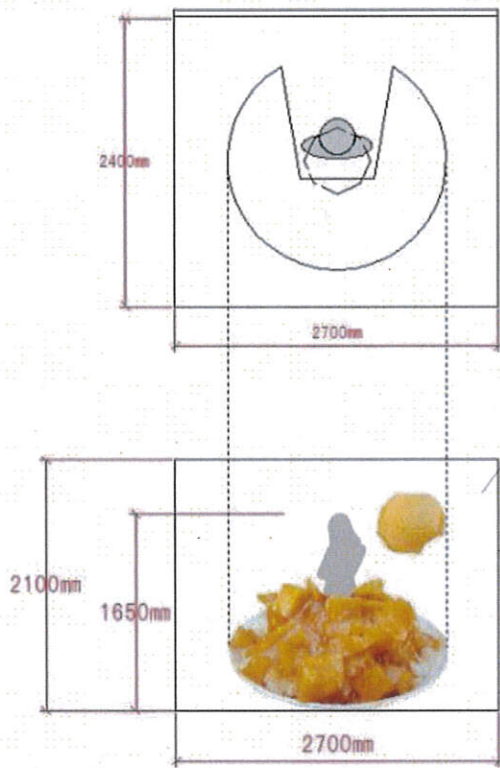
設置大型附活動開關的小籠包蒸籠FRP 供參觀民眾合影
強化活動的趣味與話題性



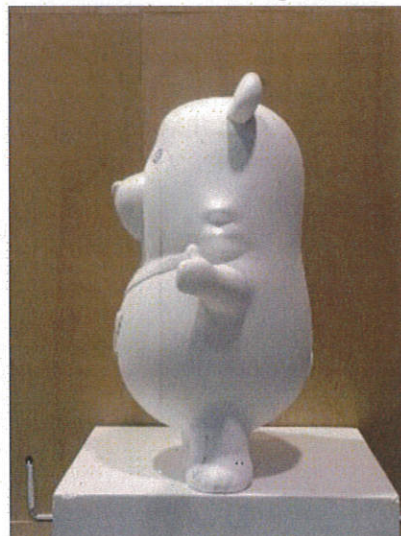
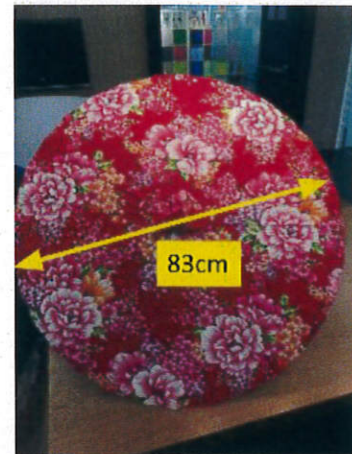
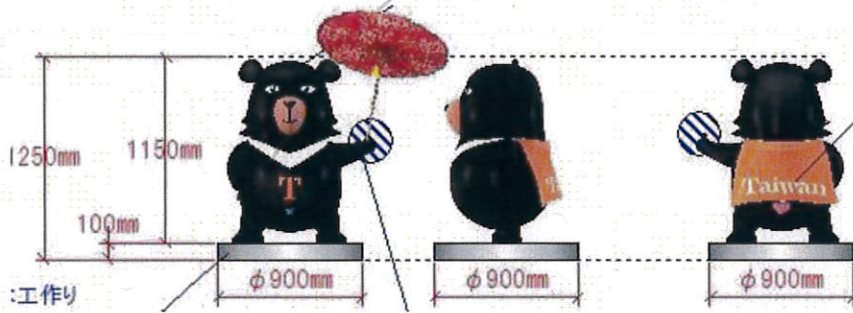
■小籠包 白胚模型



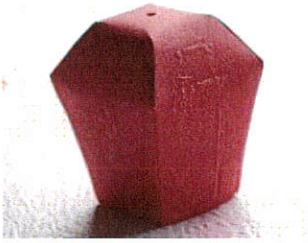
■ 芒果冰 白胚模型



■ 喔熊 白胚模型



■ 天燈模型

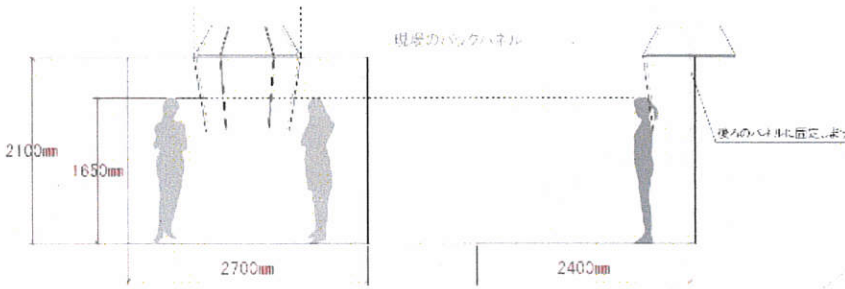


外表顏色



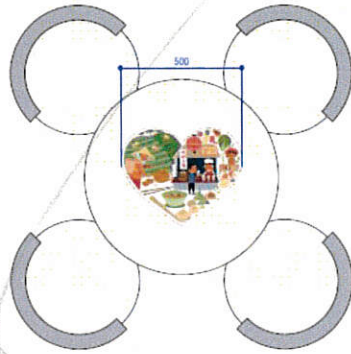
許願文字 字型

無病息災

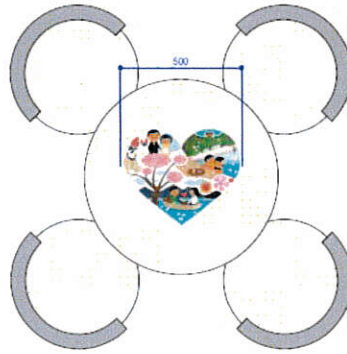


■ 桌貼

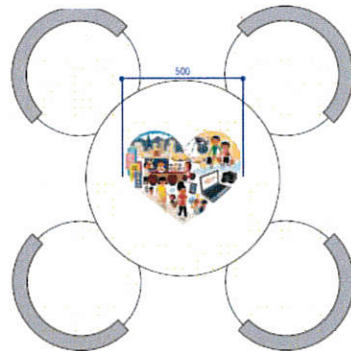
美食



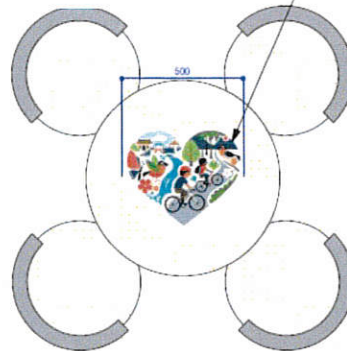
浪漫



購物



樂活



天板シート
再剥離シート

■ 背版圖面

五大主題區

下手側壁面グラフィック オブジェ側
W8100×H2100

※画像は、明るさ、コントラストを20%上げております。



上手側壁面グラフィック オブジェ側
W5400×H2100

※画像は、明るさ、コントラストを20%上げております。



オブジェ / 1811

■ 圖面 走道區

下手側壁面グラフィック エストネーション側
W8100×H2100



上手側 ブース壁面グラフィック ロブション側
W1800×H2100



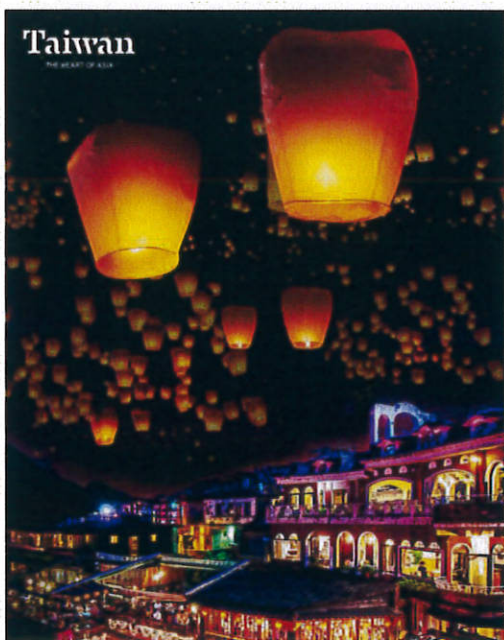
W1800×H2100



上手側壁面グラフィック ロブション側
W5400×H2100



觀光局攤位



工作人員服裝(共24件, 觀光局6件)



東京EVENT | 消費者互動機制

擲筊體驗區

擲聖杯送姻緣紅線
限量500份



天燈祈願區

在造型天燈貼紙寫下
願望貼在拍照背版上



台灣餐飲體驗區

Step1: 活動現場拍照上傳至自己的IG/FB

Step2: #meetcolorstaiwan

Step3: 送

- 滷肉飯限量1,000份
 - 台灣啤酒、水果啤酒(3種口味)、芒果汁
- 5總類共限量3,600杯



附件三、媒體報導

2016-11-16

《Meet Colors!台灣》 美麗彩虹為台灣觀光推廣新魅力日本初公開

台灣多樣的色彩代表景點的樣貌、人民的熱情、美食的豐富，也是吸引日本旅客來台的主要因素，交通部觀光局為打動日本年輕世代，以全新「Meet Colors!台灣」新魅力宣傳計畫正式啟動，駐日代表謝大使特別親臨現場推薦台灣美食及安全的旅遊環境，因為受到日本女性及各年齡層喜愛，台灣榮登今年日本黃金週最受歡迎的海外旅遊地點第一名，希望透過這次活動及後續宣傳，有更多的日本民眾來台體驗。交通部觀光局也特別指派國際組林坤源組長，授予代言人長澤雅美獎座，現場也首播代言人長澤雅美親自來台拍攝的全新宣傳廣告影片。同時於11月16日至20日一連5天，在六本木Hills大屋根Plaza舉辦「台灣觀光體驗活動」，現場以最受日本友人青睞的台灣小籠包、芒果冰及天燈等5座巨型特色佈置品，提供來賓拍照體驗台灣觀光新魅力，還可享用魯肉飯、香腸、台灣啤酒及芒果汁等限定美食。

長澤雅美於記者會中發表對於台灣人的友善及日月潭、平溪美景印象深刻、很高興成為台灣觀光新代言人及分享只有台灣通才知道的台灣魅力；長澤雅美更於現場親自示範如何擲筊杯許願。在對日本全新的宣傳影片中，長澤雅美以旅人細膩的觀察視角，呈獻令人驚艷和不一樣的台灣面貌，她於影片中不僅跑遍了耳熟能詳的景點，更自主發現私房景點或旅行細節，同時將看到的美麗一切，都賦予一個專屬的顏色，不僅單純旅遊，也細心觀察旅程中一切事物，享受深度旅遊，該影片將在日本各大電視台、戶外及社群媒體等多方露出，讓日本市場看到不同的台灣。



四人合影



國際組林坤源組長與代言人合照2



喔熊與長澤雅美

「Meet Colors!臺灣」活動網頁：<https://go-taiwan.net/meetcolorsTW>



謝大使致詞

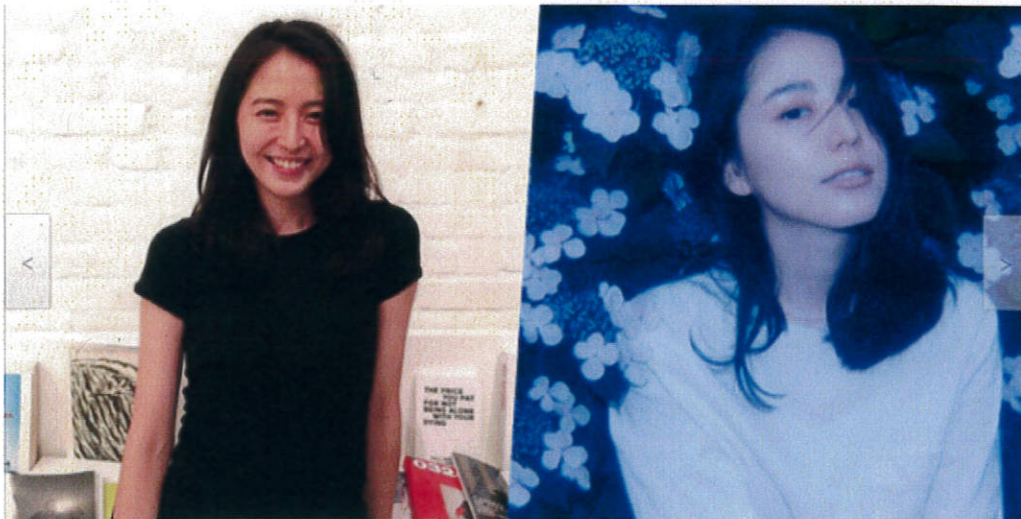


大使與展場大型裝飾物合影

快門聲、色卡、座標...長澤雅美的台灣觀光廣告背後 小巧思你都看到了嗎？

TEXT/Neda,Inna | 2016-11-18

PHOTO/Youtube截圖, 長澤雅美Instagram



相信這幾天大家的facebook動態都被長澤雅美為台灣拍攝的宣傳短片給洗版了吧?! 影片公開後網友們都是一致的好評，有別於2015年代言人木村拓哉走的美食路線，今年請來大師後藤匠平導演操刀，以台灣各處的自然人文風景帶入九大色彩，因為影片設計、拍攝手法以及長澤雅美的高顏值都是水準之上，也讓不少粉絲大讚台灣被拍得更美！

台灣富有多元景點、人民熱情、美食，成為吸引日本旅客來台主要因素，交通部觀光局為打動日本年輕世代，以「Meet Colors！台灣」為主題，推出新魅力宣傳計畫正式啟動。

「Meet Colors！台灣」新魅力宣傳計畫以「發現自己的色彩 = Meet Colors」為概念出發，以「希望的紫、悠久的紅、靜謐的翠綠、優艷的桃色、感嘆的黃色、衝動的綠色、夢中的青空色、誘惑的銀色、無敵的青色、至福的金色」，表達台灣觀光元素，期待日客來台探索台灣新魅力，並於新年之際，找尋屬於自己獨有色彩，元氣滿滿、心願成就。

觀光局也授予代言人長澤雅美獎座，今天也在東京正式首播長澤雅美來台拍攝的全新宣傳廣告影片。今天起至20日一連5天，在六本木Hills大屋根Plaza舉辦「台灣觀光體驗活動」，現場以最受日本友人青睞的台灣小籠包、芒果冰及天燈等5座巨型特色佈置品，提供來賓拍照體驗台灣觀光新魅力，還可享用滷肉飯、香腸、台灣啤酒及芒果汁等限定美食。

宣傳影片中，長澤雅美以旅人細膩的觀察視角，呈獻令人驚艷和不一樣的台灣面貌，不僅跑遍了耳熟能詳的景點，更自主發現私房景點或旅行細節，同時將看到的美麗一切，都賦予一個專屬的顏色，不僅單純旅遊，也細心觀察旅程中一切事物，享受深度旅遊，該影片將在日本各大電視台、戶外及社群媒體等多方露出，讓日本市場看到不同的台灣。

長澤雅美於記者會中表示，對於台灣人的友善及日月潭、平溪美景印象深刻，很高興成為台灣觀光新代言人及分享只有台灣通才知道的台灣魅力；她也示範如何擲筊杯許願。

觀光局力拚1年200萬日客來台目標，邀知名女星長澤雅美接替木村拓哉，成為日本地區新代言人，藉由高人氣吸引20到35歲的年輕女性來台旅遊，感受風景特色與多元美食。



「Meet Colors！台灣」網頁。(翻攝自網路)

觀光局統計，今年1至8月來台日客突破120萬人次，較去年同期成長19.7%；去年總計162萬日客來台，今年預估可成長至185萬，找來長澤雅美加持，希望一舉突破200萬人次。

觀光局指出，由於台灣廣受日本女性與各年齡層喜愛，台灣榮登今年日本黃金周最受歡迎的海外旅遊地點第1名，希望透過這次活動及後續宣傳，有更多的日本民眾來台體驗。

「Meet Colors！台灣」活動網頁：<https://go-taiwan.net/meetcolorsTW>

(中時)

觀光局「Meet Colors!台灣」宣傳魅力台灣觀光



中廣新聞網 - 2016年11月16日 下午1:30

相關內容



觀賞相片

觀光局「Meet Colors!台灣」宣傳魅力台灣觀光

為打動日本年輕世代，交通部觀光局全新「Meet Colors!台灣」新魅力宣傳計畫正式啟動，駐日代表謝長廷也特別親臨現場推薦台灣美食及安全的旅遊環境。

觀光局表示，將從11月16號到20號一連5天，在六本木舉辦「台灣觀光體驗活動」，現場將以最受日本民眾青睞的台灣小籠包、芒果冰及天燈等5座巨型特色佈置品，提供來賓拍照體驗台灣觀光新魅力，另外還提供魯肉飯、香腸、台灣啤酒及芒果汁等限定美食供日本民眾品嚐。觀光局表示，台灣今年榮登日本黃金週最受歡迎的海外旅遊地點第一名，希望透過這次宣傳計畫及後續宣傳，讓更多日本民眾來台體驗。

驗。

代言人日本女星長澤雅美表示，對於台灣人的友善及日月潭、平溪美景印象深刻，她很高興成為台灣觀光新代言人，分享只有台灣通才知道的台灣魅力。長澤雅美更在現場親自示範如何擲筊杯許願。現場也首次播出長澤雅美親自來台灣拍攝的全新宣傳廣告影片。

在宣傳影片中，長澤雅美以旅人細膩的觀察視角，呈獻令人驚艷和不一樣的台灣面貌，這部宣傳影片將在日本各大電視台、戶外及社群媒體等地點露出，讓日本民眾看到不同的台灣。

日刊旅行通信

Wing Travel Daily

発行所 航空新聞社: 日刊旅行通信編集部編
〒107-0052 東京都港区赤坂4-8-6 赤坂余湖ビル3階
TEL(03)3796-6646 FAX(03)3796-6645
http://wingnews.net mailto:mail@wingnews.net
購読料 半年34,560円 年間64,000円(消費税含む)

【トップニュース】

★長澤まさみさん起用し「Meet Colors!台湾」 台湾観光局/台湾観光協会、訪台200万人大台へ

台湾観光局/台湾観光協会は、女優の長澤まさみさんをイメージキャラクターに起用した新キャンペーン「Meet Colors!台湾」のキックオフイベントを11月16日に開催し、2017年の訪台日本人旅行者数200万人の大台達成に向けて、新たな取り組みをスタートさせた。長澤さんは、台湾の人気ドラマ「ショコラ」への主演や映画撮影などで、台湾に約半年住んだ経験もある“台湾通”。この日も、「台湾は、景色も雰囲気も人も全部ひっくるめて、温かくて優しいイメージしかない」と台湾愛を語り、台湾のグルメや景色の魅力を次々に紹介。新キャンペーンでは、長澤まさみさんを通じて、トレンドに敏感な女性層向けにカラフルな台湾の魅力を発信していく方針だ。

「Meet Colors!台湾」キャンペーンは、“自分の色を見つける=Meet Colors”をコンセプトに、台湾ならではの色彩豊かな観光スポットやグルメなどの魅力を紹介する。長澤まさみさんが出演するテレビCMは、台湾の魅力的な場所を全10カラーで表現、12月上旬より放映される予定だ。

各カラーにはそれぞれ魅力的なコピーが付いており、“希望のパープル”では日本でも人気の平溪のランタンを、“優艶のピンク”では長澤さんのもつ客家花傘を、“悠久のレッド”では文武廟を、“無敵のブルー”では日月潭をそれぞれ紹介。そうしたカラフルな台湾の魅力を長澤さんを通じて視覚的に発信していく。

とくに、CM内で長澤さんは、好奇心にあふれアクティブで感度の高い旅人として、ガイドブックに載っている情報だけでなく、自分なりの楽しみ方を見つけ、見つけた綺麗なところカラーをつけていくという設定。こうしたイメージを通じて、これまでより一歩踏み込んだ台湾の旅の楽しみ方を提案し、旅行者それぞれが“台湾で自分のカラーを探そう”というメッセージを発信していく。



台北駐日経済文化代表処の謝長廷大使(右)、台湾観光局の林坤源国際組組長(左)、台湾観光イメージキャラクターの長澤まさみさん

<正社員募集>

株式会社アサヒトラベルインターナショナル

学校関連の教育旅行、国際文化交流事業、
業務視察を取り扱う会社です。

東京本社並びに大阪営業所の営業、手配
業務社員を広く募集します。

詳細は以下から求人概要を確認のこと

<http://jwing.net/bosyu/161107bosyu-ati.htm>



客家花の傘をもつ長澤まさみさん

謝駐日代表処大使「訪台し本場の魅力感じて」 林台湾観光局国際組組長、「自分の色探して」

台湾観光局新キャンペーン発表会の冒頭に挨拶した台北駐日経済文化代表処の謝長廷(シャ・チョウテイ)大使は、「台湾は、とくに日本人女性を選ぶ海外旅行先として人気が高い。その理由は、地理的に近く、美味しいグルメがあり、環境が綺麗で、治安が良く、とくに一番重要なのは人々が信頼でき親切なこと。そのため近年日本からの観光客数は伸びている」として、台日友好関係が交流の大きな基盤になっているとの認識を示した。その上で、「新キャンペーンを通じて台湾の良いところをもっとPRしていきたい。是非、台湾にお越し頂き、本場の台湾の魅力を感じてほしい」とアピールした。

台湾観光局本局の林坤源(リン・クンゲン)国際組組長は、「台日間では、非常に密接な交流が日々なされており、今年は日本と台湾相互の交流人数600万人の大台を突破できる。このような交流は他国には少ない」として、台日相互交流600万人の大台を今年初めて突破できるとの見通しを表明した。

また、「Meet Colors!台湾」キャンペーンについて林組長は、「カラー、色を出発点に、グルメや新たな観光地など、新しい台湾の魅力を紹介していく。また、色を通して、台湾への旅行を通して、自分の人生やライフスタイルを考えるきっかけ



ランタンに願いを込める

にもしてほしい。新しい台湾の楽しみ方や、幸せな気分になれる台湾を感じ取り、自分の色を見つけてほしい」とアピールした。

その後、林国際組組長より長澤まさみさんに、新台湾観光イメージキャラクター就任を記念した盾が贈呈された。

「台湾は全てひっくるめて温かくて優しい」 長澤さん、台湾の友達と交流、日月潭は幻想的

台湾観光イメージキャラクターに就任した長澤まさみさんは、今回、オール台湾ロケで「Meet Colors!台湾」のテレビCMを撮影した。

長澤さんは、「台湾とはご縁がある。台湾でドラマや映画の撮影をして、そこで一緒に仕事した方々と友達になった。今でも共に食事したり、来日した友達を案内したりと交流がある」とした上で、今回の台湾ロケでも、毎日のように友達と会って食事やバーで飲むなど台湾ライフを満喫した裏話を紹介した。

その際の会話は「ちょっとの北京語と英語、日本語を話せる子もいるので、自分の持っている全てを出して」コミュニケーションを取っていると、そうした等身大で自然体の姿にも共感が集まった。

長澤さんは、「ドラマの撮影時は、5ヶ月近く生活していたので、台湾に行くと友達が必ず『おかえり』と迎えてくれる。台湾は本当に、景色や雰囲気、人も全てひっくるめて、温かくて優しいイメージしかない」と、台湾に想いを寄せた。

また、今回のテレビCMで撮影した様々なスポットのうち、一番印象に残っている場所は「リーユエタン(日月潭)」とし、「本当に幻想的な景色が見られる。個人的にとってもお勧め。絶対行ってほしい」と紹介した。

日月潭では、朝日が上がる直前にスタンバイし、朝日が上がった後撮影という形でCM撮影が行われたが、「どんどん日が昇っていくのと同時に色が変わっていくのを間近に見て、すごく心地よかった。外国は、その国の空気の澄み方も違うから、同じ山でも日本と違って見えるし、夕焼けも違う。とくに台湾は湿気が多いためか、本当に幻想的な景色が見られる」として、台湾ならではの朝日や夕日の美しさを紹介した。

グルメの話尽きず、豆乳、台湾冷麺など絶賛

また、台湾グルメの魅力が聞かれると、美味しいものがあり

過ぎて「太っちゃいますよね」と、冗談を交えつつ徐々に紹介。一番のお勧めは、「ドゥジャン、温かい豆乳」として、「日本では飲めないフレッシュな豆乳がどこでも売っている。行く时必须飲んでいる。高タンパク質で、甘くもできるし甘くないものもある」と紹介。

また、「台湾冷麺がすごく美味しい。感動したくらい美味しい。是非食べてほしい」とPRした。台湾冷麺は、韓国の冷麺と全く違うといい、透明ではない普通のラーメンのような麺を胡麻のスープであえ、ちょっとニンニクの効いた「パンチのある味」だという。「しかも凄く安い。100円とか200円ぐらいで食べられちゃう」として、安くて美味しい台湾グルメを絶賛した。

さらに、定番の小龍包について問われると、「むしろ宣伝しなくても皆知っている代表的な食べ物」としつつも、「日本で小龍包と言うと高級なイメージがあると思うが、高いお店だけでなく、町にあるカジュアルなお店の小龍包もお勧め」として、町の食堂で手軽に食べる小龍包や焼き小龍包は、「日本で食べる感覚と全然違う」と本場ならではの庶民の味の魅力も紹介した。

六本木ヒルズで「台湾観光イベント」20日まで

今回の新キャンペーン発表に合わせ、台湾観光局/台湾観光協会は、多くの方にCM内の観光スポットを日本でも体験できるように、六本木ヒルズ大屋根プラザで「台湾観光イベント」を11月16日から20日までの5日間開催する。巨大な小龍包やマンゴーかき氷、ランタンなど、5箇所のフォトスポットを用意。さらにSNSに指定のハッシュタグを付けて写真を投稿すると、台湾名物のプレゼントも行う。

当日は、長澤さんも台湾式の願掛けに挑戦し、陰陽の組み合わせで願いが叶うかどうかを占う「ジャオベイ」投げを体験。「人との出会いは人生にとってとても大事。台湾で沢山の人の出会えたように、これからももっと沢山の人の出会えますように」という長澤さんの願いは「叶う」との結果が出て会場がどよめいた。

また、ランタンに願い事を書いて飛ばすと願いが叶うと言われる台湾ランタン祭りにちなみ、長澤さんも1月から始まる「舞台が成功しますように」と、願い事をランタンに書いた。長澤さん直筆のランタンも、「台湾観光イベント」の期間中飾られている。

長澤さんは、「私も本当に何度も台湾に足を運ばせて頂いて、台湾の素晴らしさを身をもって知った。沢山の方が台湾を訪れて、台湾の素敵な景色、優しい人たちに触れて、楽しい観光をしてほしい」と台湾観光イメージキャラクターとしてメッセージを寄せた。

★観光庁、公的施設利用促進イベント継続展開 世界水準のDMO構築へ、認定法人の優良事例蓄積

観光庁の田村明比古長官は11月16日に行った業界紙会見で、日本の新たなユニークベニューとして位置づける歴史的・文化的価値の高い公的施設を使ったイベントを継続的に展開していく考えを示した。観光庁は22日に赤坂迎賓館で「4000万人の実現に向けた訪日旅行ビジネス交流会」を開催することになっている。同イベントでは、訪日外客拡大に向けビジネスチャンス獲得に対する意見交換の場を提供するとともに「赤坂迎賓館の活用方法の一例を見せられればよい」と話した。加えて今後のユニークベニューを活用した取り組みについても「同じことをやっても仕方がないので、手を換え、品を換え取り組んでいきたい」と述べ、

附件四、相關活動照片



就日本觀光宣廣策略拜會日本觀光廳國際觀光課外客誘致笈田雅樹室長等

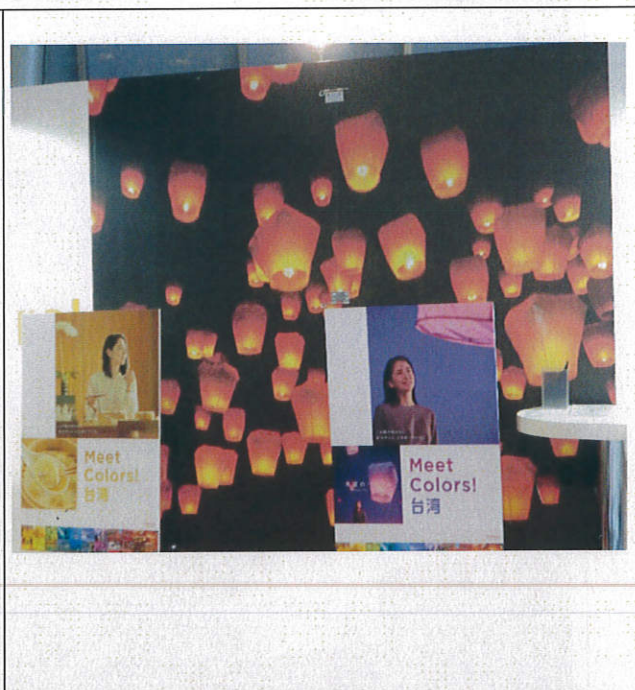




駐日代表謝大使也到首播記者會親自行銷臺灣觀光



「Meet Colors」日本首播記者會，臺灣觀光代言人長澤雅美與喔熊合影。



記者會現場除平面背板供民眾拍照，亦有打卡上傳送臺灣美食活動，增加互動趣味性。