

後疫情時代復興關西旅遊的關鍵，外國觀光客回歸 日本環球影城公開發表 參與整合關西地區觀光資訊 官民一體的訪日旅遊 APP 開發合作

目標到 2025 年大阪・關西萬博之前有 30%訪日觀光客使用

訂於 4 月 20 日 (三) APP 正式上架

日本環球影城(合同會社 USJ)於後疫情時代為積極振興觀光，與海外訪日旅遊產業相關民間業者及團體，共同開發以訪日觀光客為對象的 APP「Travel Contents APP」，並發表共同參與行銷及相關市場調查之聲明。



日本環球影城表示，為使此 APP 廣為使用，預計以集客式行銷的實際應用重點來提供。自 2001 開幕以來不斷致力於招攬海外觀光客，於 2017 年起連續 4 年獲得世界最大旅行平台「TripAdvisor」的「國內主題遊樂園」排行第一名。除了根據每個市場的觀光旅遊需求與各界充分溝通且實施對策，同時活用以往在擴大招攬海外觀光客的實際應用與專業知識基礎，努力拓展 APP 使用人數及提高 APP 的方便性。

此外，亦會不斷推動海外旅行社及航空公司，關西在地企業參與此 APP 之開發，共襄盛舉。

○具體對策範例

- 推廣 APP 活動
 - 利用既有的販售海外旅遊產品管道推廣下載 APP
 - 與海外網紅(Key Opinion Leader)合作推廣宣傳 APP
- 調查行銷
 - 藉由 APP 獲得使用者相關資訊之調查分析
 - 根據調查結果分析・實行可促進地區活性化之總體行銷策略

◆關於手機應用程式「Travel Contents APP」

本 APP 收集官方行政機關公開之安全、交通情報，以及與民間企業所營運之飲食・購物・娛樂觀光設施等情報，預計可提供給訪日觀光客整合統一之資訊。將分散於各平台之觀光客所需情報，

統整在單一的 APP 之上，為其最大的特點。此外，不限於關西旅遊期間，未出發的「旅前」和回國的「旅後」階段，亦可藉由本 APP 獲得眾多情報與相關服務，旅客的關西旅遊體驗將會更便利，更有魅力。

綜合以上，本 APP 預計以成為讓中小企業・餐飲業者更能貼近訪日觀光客之平台為目標進行開發。除了觀光資訊，透過定位服務提供有效之行銷與問卷調查，相信更能掌握訪日觀光客之需求，提供更為完善的旅遊商品。

APP 簡介

預定上架日：2022 年 4 月 20 日（三）預定對應語言：英文、繁體中文、簡體中文、韓文

合作・贊助單位：

近畿運輸局、關西觀光本部、關西機場、關西圈自治體、大阪觀光局、JR 西日本

開發：E TICKETING RESOURCES（總公司：台灣/簡稱：ETRS）

營運：Tripellet Inc.（總公司：台灣）

合同會社USJ 專案負責人發言

合同會社USJ 銷售&聯盟行銷部
協理 真田龍一(Sanada・Ryuichi)

「我認為在後疫情時代對於招攬海外觀光客來說，最重要的是能夠理解社會趨勢的變化，掌握當地客戶需求和價值觀的變動，這些資訊都有其收集的必要。此外，疫情前各企業雖可各自行銷找到客戶，疫情後隨著國際競爭激烈，個體行銷的效果不再一如過往。在這樣的環境之下，必須以「共存」為認知前提，與各觀光相關企業・在地民間團體共同合作，推出客戶滿意的產品，方能永續發展。我認為本 APP 能透過與各業界相關業者的共同合作成為有力的平台，敝公司也會加強深耕在地觀光資源，望此 APP 能廣為利用。」



日本環球影城日前發表，與公益財團法人大阪觀光局、大阪商工會議所，以致力振興後疫情時代觀光產業目的，簽署基於行銷調查結果與大阪觀光願景，以及戰略・戰術相關的「活化大阪府觀光市場之願景與戰略協議書」。不僅訪日觀光客，對日本國內的觀光客亦是全力以赴推廣並提升大阪作為旅遊景點的魅力。除了進一步提高大阪引以為傲之主題樂園魅力，為了促進大阪觀光的進一步發展，還必須考量培育・確保旅遊專業人才，振興海外遊客訪日觀光等，積極與各業界相關業者交流，將自身專業度朝向多方發展，進而成就全大阪繁盛。

* * *