



Thank You, Taiwan

台灣最大的日本觀光·文化博覽會

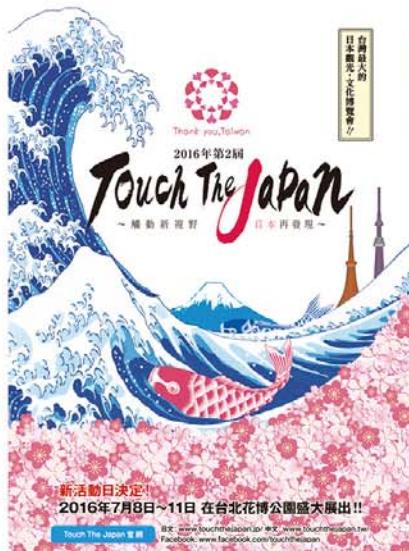
# Touch The Japan

~觸動新視野 日本再發現~

## 台灣最大的日本觀光· 2016/7/8~11新活動日 逾250個攤位深度推廣日本觀光 B2B商



安藤俊介  
一般社團法人國際觀光文化推進機構 (ITCO) 理事長



▲第2屆Touch The Japan博覽會廣告示意圖，LOGO的設計源自台灣的梅花與日本的櫻花，象徵友好關係。



▲日本煙火秀透過8K巨型螢幕播放，第2屆將再融入日本四季的元素，影像。



▲象徵可以招來幸福的鯉魚旗，將放置在會場入口，讓民眾一到現場就

感念台灣在日本311大地震之際，提供善款、物資、人力援助，以及在2014年共有逾280萬人次的台灣旅客前往日本，對以觀光、貿易立國的日本重建持續付出重大貢獻。

抱持感恩、回饋的心情，一般社團法人國際觀光文化推進機構 (ITCO) 致力於推廣日本的觀光及文化，於2016年東北即將迎向重建5週年之際，在台灣舉辦更大規模的「第2屆Touch The Japan in Taiwan觀光文化博覽會」，深度推廣日本旅遊亮點。這次更與旅行公會總會攜手舉辦，企盼藉由旅行公會總會的力量，敬邀台灣旅行同業共襄盛舉。

### 年度預算打造最大盛事 邀請大牌藝人鼎力站台

一般社團法人國際觀光文化推進機構 (ITCO) 理事長安藤俊介指出，台灣的旅遊展包括ITF、TTE等，皆相當成熟，不僅參展攤位屢創新高，廣納各國單位，參展人次也逐年攀升，是很成功的典範。

然而，以2015年的ITF為例，日本館展出攤位僅150多個，展出攤位及空間有限。因此，為了讓台灣民眾的目光更加聚焦在日本，讓更多台灣旅客了解日

本的觀光及文化，是ITCO舉辦Touch The Japan最大高的旨意。

Touch The Japan第1屆舉辦時僅有日本單位獨立展出，反應相當熱烈，因此安藤俊介抱持滿懷熱情與信心，盛情邀請旅行公會總會攜手舉辦，希望藉由旅行公會總會在台灣的影響力及資源進行招商。旅行公會總會理事長許錫哲指出，今年共計將有逾250個攤位參加，其中50個攤位由台灣的航空公司、旅遊業者及旅遊相關產業，參與展出。

安藤俊介表示，第2屆博覽會假台北花博公園爭豔館的場地舉辦，為了容納更多民眾，這次範圍還涵蓋戶外廣場，規模再升級，保留充裕空間供民眾參展。此外，日本的參展單位持續增加當中，希望展期延至2016年4月以後，方有足夠的時間充分準備，因此新的活動日期將調整為2016/7/8起，為期4天。

其次，Touch The Japan不僅僅是宣揚日本觀光，更要為台灣民眾帶來精彩的演出！首屆由AKB48為活動站台，壯大聲勢，明年第2屆除了延用8K的巨型螢幕為民眾呈現日本煙火，打造震撼的聲光效果外，還邀請到更重量級的日本藝人明星為活動增添光彩，由於無法提前曝光，這項驚喜要到展出前才能揭曉。

# 文化博覽會 期決定！

## 談會帶同業掌握商機

由一般社團法人國際觀光文化推進機構（ITCO）主辦「Touch The Japan 觸動新視野 日本再發現」的日本觀光、文化博覽會，在今年4/17進行為期4天的展期，造成直客與同業市場的熱烈迴響。而明年的展覽也蓄勢待發，預計將於2016/7/8假台北花博公園展出，這次更邀請旅行公會總會共同舉辦，期盼透過觀光及文化的傳遞促進日本與世界的交流，同時帶動日本觀光旅遊產業的發展，並樹立日本與全球國家地區友好的關係。

撰文·攝影／林蘭芬 圖片提供／Touch The Japan台灣事務局



▲第1屆由日本超人氣的女子偶像團體AKB48為活動注入滿滿活力，而第2屆的重量級巨星將由誰為活動站台？驚喜敬請期待。



能感受到濃厚的日本文化氣息。



▲（左起）一般社團法人國際觀光文化推進機構（ITCO）理事長安藤俊介、旅行公會總會許耀哲。

### 宣揚9大區域觀光亮點 吸引重遊客赴日目光

日本屬於狹長形的國家，南起沖繩、北至北海道，跨越南北緯20度，因此四季風景各異、自然景觀豐富，舉凡賞櫻、玩水、賞楓、戲雪，每個季節皆有適合當季的旅遊主題。此外，日本傳統文化和祭典活動亦是吸引海外旅客目光的一大亮點。

有鑑於台灣旅客赴日觀光人次逐年提升，2015年預計即可達到350萬人次，安藤俊介希望透過活動的宣傳，達到2016年台灣旅客赴日觀光達400萬人次的目標。他也強調，赴日觀光的300多萬人次當中，重遊客幾乎占了一半以上的比重，希望透過活動的宣傳，提供更多2、3線城市的文化、特色等資訊吸引喜好日本旅遊的旅客。

為了使第2屆的博覽會能擴大舉辦，安藤俊介由最北端的北海道，到最南端的沖繩，巡回奔波2趟，涵蓋1~3線城市、9個區域，如：北海道、東北、關東、北陸、關西、中國、四國、九州、沖繩，以確實布達參展活動訊息，聽取各方意見，並鼓勵各地區觀光單位踴躍參加，落實宣揚日本觀光新景點的旨意。

安藤俊介指出，曾參與第1屆的城市、

地區單位，對台灣旅遊市場抱持樂觀態度，認為台灣旅遊市場潛力不容小覷，值得持續經營開發。憑藉第1屆成功的舉辦經驗，希望第2屆得以擴大舉辦，參展攤位也從第1屆的169個增加至250個以上，期盼參加民眾也能從第1屆的4萬人次提升至6萬。

### 日本全國性旅業代表出席 鼓勵同業把握商談佳機

為了表示對台灣旅遊市場及博覽會的重視，除了共有近1千名相關單位及參展人員將來到台灣，安藤俊介表示，全國旅館協會會長、日本溫泉旅館協會會長等全國性旅行相關協會的理事長、會長等代表都將出席，透過會前的B2B商談會進交流，促進台灣與日本旅行同業掌握商機。

在展出日期定案後，也將進行計劃性的宣傳。為了讓第2屆Touch The Japan的訊息及早曝光，預計在2016

年1月開始將有廣告露出，以回答問題即可參加Touch The Japan招待券的形式，達到吸引台灣旅客目光的效果，而問答題目則以日本的觀光景點、自然景觀、傳統文化做為提問的主軸。

此外，在活動開始的前1個月將會緊鑼密鼓地舉辦記者會、台北市街頭遊行，強化媒體及廣告效益，而預售票開賣後到活動前1週，將採取以報紙做為宣傳重點，並且集中連續性的刊登大版面廣告，加深台灣民眾對Touch The Japan印象。在活動前1天將舉辦媒體預覽，廣邀旅遊相關媒體共襄盛舉，以超越第1屆的總報導數331件為目標。

