

項目	事業		内容	アメリカ		カナダ	オーストラリア	イギリス	フランス	イタリア	ドイツ	スペイン	中国	韓国	台湾	マレーシア	タイ	シンガポール		
				ロサンゼルス	ニューヨーク															
TV放送 CM事業	テレビCM	CNN国際ニュースにおけるCM放送及び番組制作	CNN国際ニュースにて5月～翌年3月で約8,400本(30秒換算)のCMを放送(日本を含む世界で放送)。また、東京の魅力を紹介する番組を制作し、放送。	5月～3月(制作番組放映は9月、11月、1月)																
	テレビCM	EuronewsにおけるCM放送及び番組制作	Euronewsにて5月～翌年3月で約500本(30秒換算)のCMを放送。また、東京の魅力を紹介する番組を制作し、放送。	5月～3月(制作番組放映は12月～)	-	5月～3月(制作番組放映は12月～)	5月～3月(制作番組放映は12月～)	5月～3月(制作番組放映は12月～)	5月～3月(制作番組放映は12月～)	5月～3月(制作番組放映は12月～)	5月～3月(制作番組放映は12月～)									
	テレビCM	TradeDesk CTVでの配信	令和5年度に制作したPR映像を2月から1か月間配信。	2月から1か月間	2月から1か月間	2月から1か月間	2月から1か月間	2月から1か月間	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2月から1か月間
オンライン広告事業	ブランドPR	ディスプレイ広告・ネイティブ広告(Google Display Network/Outbrain)	4つのテーマを設定し、ターゲットに向けてバナーを配信。関連するTTサイト内のコンテンツへ遷移。 ■欧米圏(テーマ:「文化」「自然」) ・世帯収入上位30% or 投資マニア(世帯収入使えない国) ・旅行好き/不動産(購買意欲)/商業用不動産(購買意欲) ビジネス金融サービスなど(購買意欲) ■アジア(テーマ:「食」「デジタル/先進」) ・年齢25歳～44歳 ・旅行好き	6月～2月	-	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月								
	ブランドPR	Youtube広告	上記と同様のターゲットに対して、動画広告(1月以降は新PR映像を使用)を実施	6月～2月	-	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月	6月～2月								
	ブランドPR	Unruly OTT&CTV広告	インターネットTVで新PR映像を掲出	1月、2月	-	-	-	-	-	-	-	-								
	ブランドPR	Conde Nast Traveler(オンライン)広告掲出	Conde Nast Traveler(オンライン)のUS版とUK版にバナー掲出。TTサイトTOPへ遷移。	6月	6月	6月	6月	6月	6月	-	6月	6月	-	-	-	-	-	-	-	-
	ブランドPR	Mafengwoタイアップ掲出	中国市場向けにMafengwo内にてタイアップ記事広告を掲出。コロナ後に注目が高まった新スポットを中心に、ブログ形式で紹介。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12月～3月	-	-	-	-	-	-	-
	ブランドPR	ライター・SNSウェビナー	「Tokyo: City in Nature」をテーマにSNSウェビナーを実施。知られざる東京の魅力を発信。	9月(それ以降アーカイブ配信)	-	-	-	-	-	-	-									
	ブランドPR	BBCオンライン タイアップ	記事広告を2種掲出。食材にこだわるシェフのインタビューを含む食をテーマにした記事と、東京2週間滞在のおすすめプランを掲出。	11月～1月	11月～1月															
	多様なツーリズム	economist タイアップ	economistにて、タイアップ記事広告を掲出。テーマ: Experience the future Tokyo, today(プレジャー記事)メディアWebサイトにて記事誘導バナーを、米、英、ドイツ、オーストラリア、フランス、スペイン、カナダ、イタリアを対象に表示。	9月～3月	-	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月									
	多様なツーリズム	Economist タイアップへの誘導	economistにて掲出した、タイアップ記事広告へOutbrainを使い誘導広告を実施。	9月～12月	9月～12月	12月～2月	-	12月～2月	12月～2月	12月～2月	12月～2月	12月～2月	12月～2月							
	多様なツーリズム	BBCタイアップ	BBCオンラインにて、タイアップ記事広告を2種掲出。Sustainability and Technologyがそれぞれテーマ: A Magnet for Diverse Art Talent、The world's next-generation digital playground	12月～3月	8月～3月	12月～3月	-	12月～3月	12月～3月	12月～3月	12月～3月	12月～3月	12月～3月							
	多様なツーリズム	Designboomタイアップ	Designboomにてタイアップ記事広告を掲出。テーマ: Tokyo's digital art scene immerses tradition into modernity: must-see openings in 2023-24(東京で体験できるデジタルアートを紹介。)メディアWebサイトにて記事誘導バナーを全世界を対象に表示。	9月～3月(バナー掲載は7月～3月)	9月～3月	-	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月	9月～3月								
	多様なツーリズム	財新タイアップ	(中国向け施策)財新オンラインにてタイアップ記事広告を掲出。テーマ: 特別呈现 Tokyo Tokyo: 在 标志性建筑重新发现东京8 特别プレゼンテーション Tokyo Tokyo: 象徴的な建造物から再び東京の魅力を発見)メディアWebサイトにて記事誘導バナーを表示。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12月～3月	-	-	-	-	-	-	-
	多様なツーリズム	KEEPタイアップ	(中国向け施策)KEEPにてタイアップ記事広告を掲出。テーマ: 探索東京近郊的自然宝庫: KEEP特選在日華人网红「付玉蒙」带你游高尾山(東京近郊の自然の宝庫を発見しよう: KEEPと在日KOL「付玉蒙」一緒に高尾山をご案内)メディアWebサイトにて記事誘導バナーを表示。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12月～3月	-	-	-	-	-	-	-
	多様なツーリズム	ラーチーゴタイアップ	(台湾・香港向け施策)ラーチーゴにてタイアップ記事広告を3記事掲出。東京の食べ歩きスポットを、KOLが紹介。メディアWebサイトにて記事誘導バナーを表示。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11月～3月	-	-	-	-
	多様なツーリズム	アニメツーリズムページ制作	TTサイト内に、アニメの舞台となっている都内スポットを「聖地巡礼」マップとしてWebページを制作。紹介しているスポットを訪れた体験記を掲載。巡礼記事・アニメ動画も作成し掲載	9月～3月	9月～3月															
	多様なツーリズム	アニメツーリズムページへの誘導	TOKYO OTAKU MODE、Yahoo! DSPを活用し、全世界に動画やネイティブ広告を実施。	10月～12月	1月～2月	-	1月～2月	1月～2月	1月～2月	1月～2月	1月～2月	1月～2月								
	多様なツーリズム	TTサイト内2次利用ページへの誘導	R5年度に制作し、TTサイトに格納したTravel+Leisure、BBC、Designboom記事へOutbrain、GDNを活用し誘導をかける。	11月～3月	-	11月～3月	11月～3月	11月～3月	11月～3月	11月～3月	11月～3月									
	多様なツーリズム	ラーチーゴ記事への誘導	GDNを活用し、ラーチーゴで制作した記事へ誘導をかける。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11月～12月	-	-	-	-
	多様なツーリズム	財新記事への誘導	Baidu infed広告を活用し財新で制作した記事へ誘導をかける。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12月～3月	-	-	-	-	-	-
	多様なツーリズム	KEEP記事への誘導	APP内広告を活用し財新で制作した記事へ誘導をかける。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12月～3月	-	-	-	-	-	-
近隣県レガシー	東京2020大会レガシー等のページ制作	主に米英豪仏をターゲットに、1都4県に所在する東京2020大会レガシースポットや観光スポットのスポット情報や観光ルート、動画を掲載するページを制作。	11月～3月(都市の指定なし)	11月～3月																
近隣県レガシー	東京2020大会レガシー等のページへの誘導	GDNやYouTube動画広告、Facebook広告、National Geographic(WEB版) SNS広告・記事広告内バナー等で上記ページへ誘導。	11月～3月(都市の指定なし)	-	11月～3月	-	-	-	-	-	-	-								
近隣県レガシー	National Geographicタイアップ	National Geographic(WEB版)にてタイアップ記事広告を掲出。テーマ: Greater Tokyo: Then and now(1都4県に所在する東京2020大会レガシースポットや観光スポットの紹介)メディアWebサイトにて記事誘導バナーを表示。	12月～2月(都市の指定なし)	-	12月～2月	-	-	-	-	-	-	-								
アジア圏向け広告出稿	ソーシャルメディア誘導広告	アジア市場向けに制作した記事広告への誘導をFacebookとInstagramのSNS投稿機を活用し行う。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1月～3月	-	-	-	1月～3月	
アジア圏向け広告出稿	検索連動型テキスト広告(Google)	訪日旅行に関連するキーワードを検索した旅行関心層に対して、記事広告の媒体サイトへ誘引するための検索連動型テキスト広告を実施。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1月～3月	-	-	-	1月～3月	
アジア圏向け広告出稿	主要富裕層向けトラベルエージェンシーSNS誘導広告、ニュースレター	アジア市場向けに制作した記事広告への誘導を主要富裕層向けトラベルエージェンシー向けにSNS誘導広告、ニュースレターなど活用し行う。	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2月～3月	-	-	-	2月～3月	

令和5年度 海外におけるPR一覧【別紙】

魅力新発見事業（東北・中国・四国・九州地域との連携事業） 媒体出稿プラン

【別紙3】-2

令和6年1月時点

国	媒体名	県	掲載月（予定含む）	ジャンル	刊別	言語	発行部数	サイズ	オンライン
アメリカ オーストラリア フランス イギリス	CNN	東北・北陸・中四国・九州	9月～12月	ニュースサイト	Web	英語	UU:79,057 PV:92,784	記事5本 （東京のハブページ、東北記事、北陸記事、中四国記事、九州記事）	オンライン掲載のみ
アメリカ オーストラリア フランス イギリス 香港	Expedia	東北・北陸・中四国・	10月～12月	OTA	Web	英語 フランス語 中国語(繁体字)	24,632,286imp	東京と東北、北陸、中四国のタイアップキャンペーンページ1ページ	オンライン掲載のみ

富裕層事業 媒体出稿プラン

国	媒体名	県	掲載月（予定含む）	ジャンル	刊別	言語	発行部数	サイズ	オンライン
アメリカ	Out Traveler		10月～12月	LGBTQ+ライフスタイル誌	Web、プリント広告	英語	プリント版：約42万 オンライン版月間ビジター：270万以上	ウェブ記事1本、 『OUT』プリント広告 （フルページ・フルカラー）	
アメリカ	Edge Media Network		11月～12月	ニュース、ライフスタイル誌	Web	英語	年間読者数：850万以上	ウェブ記事1本	
台湾 香港 シンガポール	Tatler		1月～	ラグジュアリーライフスタイル誌	Web	英語	月間PV数：平均 1,100,000以上	ウェブ記事1本	オンライン掲載のみ
シンガポール	Robb Report Singapore		12月～	ラグジュアリーライフスタイル誌	Web	英語	月間PV数：500,000 月間ユニークビジター数：50,102	ウェブ記事1本	オンライン掲載のみ
シンガポール	Prestige Singapore		1月～	ラグジュアリー向けソサエティ、ライフスタイル、ファッション誌	Web	英語	月間PV数：105万以上 月間アクティブユーザー数：244,000以上	ウェブ記事1本	オンライン掲載のみ
シンガポール	Lifestyle Asis Singapore		1月～	ラグジュアリーライフスタイル誌	Web	英語	月間PV数：2,500,000 月間アクティブユーザー数：580,000	ウェブ記事1本	オンライン掲載のみ