

松本広域

観光 フォーラム 2006

“地域における国際観光戦略”

～アジアからのインバウンド観光の可能性～

2/27月

長野県南安曇庁舎 講堂4F 入場無料
開場 13:30 開会14:00 / 閉会16:00



1. 基調講演

「海外の観光立国に学ぶ
ーインバウンド観光活性化のヒントー」



講師：鈴木勝氏
大阪明浄大学教授
元JTBアジア・取締役 日本支社長

2. 県内の訪日客の動向についての報告

発表者：恵崎良太郎氏
社) 信州・長野県観光協会 常務理事

【主催】アルプスの風ツアー推進会議 (事務局：松本広域連合)

【共催】NPO法人SCOP (信州・大学地域連携プロジェクト)

お問合せ先：松本広域連合 TEL 0263-34-3250 FAX 0263-36-2591



松本広域「観光フォーラム2006」

“地域における国際観光戦略”

海外の観光立国に学ぶ

—インバウンド観光活性化のヒント—

大阪明浄大学・観光学部教授

4月より「大阪観光大学」に名称変更

鈴木 勝

- [序]
- [I] 世界的な観光の隆盛と“観光いびつ”現象の日本
- [II] 国際観光振興戦略(国家における)
- [III] 国際観光振興戦略(地域における)
- [IV] まとめに代えて—「松本広域」へのヒント—

[I]世界的な観光の隆盛と“観光いびつ”現象の日本①

i) 急速な伸びと「観光立国」

・・・グローバル大交流時代

☆＜国際観光の意義＞

経済的側面 : 「外貨獲得」「雇用創出」

社会文化的側面 : 「国際理解・国際協調・国際協力」
「平和創出」

自然環境的側面 : 「自然資源の保護保全」

II 世界的な観光の隆盛と“観光いびつ”現象の日本②

ii) 観光国としての日本(“観光いびつ”現象)

① 日本人海外旅行客 : 訪日外国人

1,652万人 : 524万人 = 3.2 : 1 <2002年>

1,740万人 : 673万人 = 2.6 : 1 <2005年>

*「ビジット・ジャパン・キャンペーンVJC2003」スタート & 効果

2,000万人 : 1,000万人 = 2 : 1 <近い将来>

*アウトバウンド + インバウンド = 3,000万人

② ジャパン・パッシング(JAPAN PASSING)傾向

(外国人訪問人数順位 世界33位 2003年)

<空港通過客>

成田空港3,071,179人 関西空港529,020人 (2003年)

*「関西交通経済ポケットブック'04」

③ 東京圏一極集中化傾向

(成田56%・関西空港22%・名古屋9.6%・福岡4.6%)

…メリット & デメリット (他国の例:「バリ島」・「北京 & 上海」)

[I]世界的な観光の隆盛と“観光いびつ”現象の日本③

<資料1> 「世界&日本の国際観光量」

| 1970 | 1980 | 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|---------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 世界観光客数(百万人) | | | | | | | | | |
| 165.8 | 284.3 | 457.3 | 552.3 | 696.7 | 692.6 | 702.6 | 691 | 766 | 808 |
| 訪日外国人数(万人) | | | | | | | | | |
| 85.4 | 131.7 | 323.6 | 334.5 | 475.7 | 477.2 | 524.0 | 521.2 | 613.7 | 673.1 |
| 日本人海外旅行者数(万人) | | | | | | | | | |
| 66.3 | 390.9 | 1,099.7 | 1,529.8 | 1,781.9 | 1,621.6 | 1,652.0 | 1,329.6 | 1,683.1 | 1,740.1 |

(資料)WTO(世界観光機関)/JNTO(国際観光振興機構)

注)2005年は上記組織による推計値

II)世界的な観光の隆盛と“観光いびつ”現象の日本④

iii) 日本の目指す道と「2010年テン・ミリオン」計画

☆「インバウンド」と「アウトバウンド」との均衡

☆「住んでよし、訪れてよしの国づくり」(観光立国懇談会)

☆「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC2003)スタート

[Ⅱ]国際観光振興戦略(国家における)①

①大統領・首相・観光大臣・大使の観光アピール&プロモーション活動

例:小泉首相の「観光立国」アピール

例:ニュージーランド:アメリカ同時多発テロ直後の「安全な国・ニュージーランド」宣言(首相・観光大臣)

例:タイ首相・大臣・駐日大使(アメージング・タイランド・キャンペーン)

②国家・観光機関による「観光戦略」「情報発信」「マーケティング分析」

例:観光立国(オーストラリア)の手法:観光プロへの発信

・各種マーケティング戦略・分析・将来予測(国内&海外へ)

例:香港政府観光局の手法:「SARS収束後の迅速な対応」

・・・本土中国人の香港旅行への誘致

例:中国国家旅游局による観光振興への年度テーマ設定

例:国家連携振興政策:ASEANブロックにおける連携

・・・ASEAN + 日中韓

[Ⅱ]国際観光振興戦略(国家における)②

例：インターネット上のホームページから
推測できる“観光立国度”

<資料2>

- (a)「一般情報」：
一般観光情報の多寡。
- (b)「国家主張」：
国家首脳・観光大臣の主張が明確に発表されているか。
- (c)「言語数」：
母国語以外に、英語に加えて何カ国語で発信されているか。
- (d)「専門家情報」：
国の内外の観光産業/学術関係者へのデータ発信量の多寡。
- (e)「更改頻度」：
情報が頻繁に、そして迅速に更改されているか。

〔II〕国際観光振興戦略(国家における) ③

③ 国家観光機関での外国人プロフェッショナルの登用

例：海外各国政府観光局による外国人マネジャーの登用

④ 外国人渡航緩和政策など

例：「VISA免除(緩和)」:

トランジット(通過)・地域限定・期間限定・年齢限定・
マーケット限定(修学旅行etc.)・ビジネス数次ビザ制度

例：中国政府によるVISA免除政策(2003年9月から日本などに対して)

例：VISA早期発給システム(ドイツなど3日間ー日本1～2週間)

例：空港手続きの簡素化(CIQ 税関・出入国・検疫)

⑤ 民間企業・起業活性化支援策

例：オーストラリア政府によるEMDG政策

(Export Market Development Grants)：一種の輸出振興策

Ⅲ 国際観光振興戦略(地域における) ①

i) 官レベル

① 地域首長・観光機関による「観光戦略」「情報」「マーケティング分析」などの発信

例：強力な地域観光振興推進機関

・・・(例：タイ・オーストラリアの「州」・「地域」)

例：HP・・・“ナマ”で役立つ一般情報・外国人観光客が参画した内容

例：観光プロへの発信(国内&海外。特に、マーケティング分析)

② 外国人誘致政策の「地域的」導入(渡航緩和策・・・VISAなど)

③ 観光機関・組織での外国人プロフェッショナル登用

④ 観光関連企業・活性化支援策

[III]国際観光振興戦略(地域における) ②

ii) 民間レベル

①インバウンド・ビジネスの拡大

☆地域・旅行会社/航空会社etc.によるビジネス・モデル改革

☆海外企業・外国人によるインバウンド・ビジネス参画の促進

例: 外資系旅行会社の誘致 & 合併旅行会社設立

例: 海外誘致ミッション & 会議への積極的参画

例: 在日外資系ホテル・総支配人・マーケティングマネジャーの活用

例: 女性スタッフの積極的なインバウンド・ビジネスへの参画

[III]国際観光振興戦略(地域における) ③

＜資料3＞「JATA(日本旅行業協会)の取扱」

インバウンド比率:全取扱の0.72%

＜JATA加盟旅行会社 567社取扱(2004年度)＞

| 区分 | 取扱額(%) | 粗利益(%) |
|-------|--------|--------|
| 外国人旅行 | 0.72 | 1.02 |
| 海外旅行 | 43.3 | 40.1 |
| 国内旅行 | 55.9 | 58.9 |
| 合計 | 100.0 | 100.0 |

(注)外国人旅行のみ比率を明確にするため、小数点第2位にて表示。

[III]国際観光振興戦略(地域における) ④

②「地域発信」旅行商品の開発 (低廉化への手法・FIT個人旅行向け商品)

例:他の地域との連携商品

例:旅行における選択肢拡大(国内交通機関・宿泊施設・食事etc.)

[III]国際観光振興戦略(地域における) ⑤

iii)「官・民・学」合同

①連携した情報発信—国家・地域観光推進機関・企業—
☆「一般観光情報」+「観光プロ対応情報」(複数外国語での発信)

②合同観光プロモーション

☆効果的「海外ミッション」「FAMツアー」:
・・・段階的・国別・重点的・継続的

例:地域連携ミッション

例:効果的編成メンバー

③人材育成・登用

☆「インバウンド・スタッフ」増強や

「ガイド・通訳・インタプリター(自然ガイド)」養成

☆大学・専門学校etc.でのインバウンド「観光学」教育

[IV] まとめに代えて・・・「松本広域」へのヒント



- i) グローバル大交流時代の中の「松本広域」
- ii) 『テン・ミリオン計画』と「松本広域」の目標
(方針・数値・ブランドetc.)
- iii) 観光拡大&プロモーションの具体的手法
 - ① 段階的・継続的・・・地域連携プロモーション手法
・・・(東京・名古屋・関西/周辺地域とのジョイント手法)
 - ② 地域からの情報発信(“なま” & “役に立つ”インフォメーション)
 - ③ マーケティング分析(迅速&指針的)・・・特に、国内外の専門家向け
 - ④ 旅行商品・イベントの選定
(エコツーリズム・国際会議・修学旅行・産業観光・各種スポーツetc.)
 - ⑤ インバウンド専門企業・プロフェッショナルの誘致
 - ⑥ 人材育成・登用
 - * インバウンド担当者・女性ホスピタリティ担当者
 - * (各言語)ガイド・通訳・インタプリターetc.の地域での充足
 - ⑦ その他

ご清聴をありがとうございました。