

## 「自治体インバウンド作戦 外国人観光客の心をつかむ誘致」参加報告

(財)自治体国際化協会  
交流支援部経済交流課

近年、急激に国際観光への関心が高まる中、政府レベルにおける観光振興提唱のもと、地方自治体においても、外国人観光客誘致の取組みが始まったばかりです。この新たな動きの中で、地域がどのような観光戦略を展開するかは、今や自治体共通の課題と言えるでしょう。

この度、時事通信社主催セミナー「自治体インバウンド作戦 外国人観光客の心をつかむ誘致」(2011年1月20日)へ参加しましたので、報告レポートをお届けします。自治体の皆様の今後の観光施策のお役に立てれば幸いです。

### 【基調講演】

#### 「わが国の観光戦略 ～空港・鉄道のインフラ活用法と誘致戦略～」

東京大学大学院経済学研究科伊藤元重教授から、世界貿易の大きな動きの中での日本とアジア市場との関係の変化や、ハブ空港を基点として国際路線から地方路線へ乗り継ぐハブ・アンド・スポークから、地方都市間をダイレクトに結ぶポイント・ツー・ポイントへの空港戦略の転換、その中での観光産業の可能性についてお話いただきました。

アジアの中間所得層が拡大し各国が外国人観光客誘致に取り組む中、わが国においても日本に来てもらう理由づけが求められており、「メディカルツーリズム」や「教育」といったキーワードをもとに、日本にしかないオンリーワンを提供することが大切とのお話でした。また経済は、グローバル化といった機関車の部分と、雇用創出や観光産業といった客車の両輪で成り立つ列車のようなものだと、観光産業の果たす役割について言及されるとともに、例えば美術館を持つ地域が連携し、各美術館を巡る旅行プランを作るなど、地域の持つ独自の観光資源をネットワーク化して広域旅行につなげる可能性についての提言もありました。

今日の前にある地域の観光資源を最大限に活かし、それをどう見せていくか、さらには広域連携による Win-Win 関係をいかに築いていくかが大切と感じました。

### 【基調講演】

#### 「観光立国実現に向けて」

武藤浩観光庁次長から、訪日外国人旅行者数の推移、観光産業規模の国際間比較等の統計資料を基に、日本のGDPに占める観光GDPのシェアが1.9%と他国と比較して非常に低いといった、観光産業における日本の現状について説明がありました。さらに、ビジット・ジャパン事業等の同庁のこれまでの訪日外国人観光客誘致施策の取組みと今後の施策、近年の主にアジア諸国における観光旅行の動向等についての紹介がありました。

医療観光の市場規模の拡大や、団体旅行から個人旅行への動きなど、受入れ側は常に最新のニーズにマッチした対策を講じる必要があると感じました。

## 【「中国人受けする PR のカリスマ」講演】

### 「中国人ニーズと自治体情報発信のギャップ」

日中コミュニケーション株式会社の孫盛林取締役からの講演は、「敵を知り己を知らば百戦危うからず」という孫子の言葉から始まりました。

日本人は「北海道は寒い」と言うが、国土の半分以上は北海道より寒い中国にとってはむしろ「北海道は暖かい」といった事例を挙げ、日本人の認識しているわが国、地方のイメージは、中国人が思うそれとは違っていることが多いと述べられました。

地域を売り込み外国人観光客を増やすには、その固定観念を払拭するとともに、日本に来たいと思わせる効果的な PR を行うことが必要であるという言葉に、日本の観光資源の豊かさに改めて気づき、今後の観光産業の可能性について希望を持てた気がしました。

現在の日本は孫子の言葉で言えば、お互いのことを一部のみ知っている段階であり、これを両者が共に知り合う状態にすることが大切との氏の言葉は、自治体の誘客戦略における基本の一つだと感じました。

## 【自治体の事例紹介】

### 「韓国ドラマ『IRIS』の誘致から実現まで～秋田県がやったこと～」

前・秋田県観光課韓国交流推進監（現・農山村振興課長）の保坂龍弥氏から、韓国ドラマ「IRIS」の誘致から実現までの取り組みについてお話いただきました。

秋田県は、「秋田ソウル国際定期便」の存続が危ぶまれる状況でした。そのような中、秋田から韓国への修学旅行数増加を目指すアウトバウンド対策と、新しい秋田旅行商品を開発するインバウンド対策の両方を行い、また韓国の雑誌においての秋田露出、さらには現地コーディネーターと共に戦略を練りながら韓国版ホームページによる PR も行っていきました。

こうした取り組みが、秋田の韓国での知名度向上につながり、「IRIS」の誘致成功の一因にもなりました。誘致にあたって職員が自費で訪韓し制作会社と様々な交渉を行った秘話や、「IRIS」効果により搭乗率が上昇した点をお話いただきました。

観光客誘致施策を実施するにあたっては、自らの長所・短所を的確に分析した上での事業実施や、当該現地国からの視点に基づいた PR 方法、さらには職員の熱意が大切だと考えさせられました。

## 【鉄道利用の事例紹介】 「スルッと KANSAI が拓く交通と観光の新たな価値」

株式会社スルッと KANSAI の代表取締役副社長横江友則氏のお話からは、新たな交通と観光の価値について聞くことができました。

「スルッと KANSAI」は、関西圏の電鉄やバスで利用できる共通乗車券ですが、外国人向け乗り放題チケットの海外発売の売上げが非常に高く、海外用ガイドブックにおいて、この乗車券と併せて掲載したラーメン屋に外国人の行列が出来た事例も紹介されました。このことは、訪日外国人に対して公共交通機関を利用しやすいサービスを提供することにより、街の隅々にまで観光客が浸透するということを意味しています。

また、今は旅行先で撮った写真がブログで掲載される等、もはや観光者が観光情報を発信していく時代です。気づかないスポットにも光をあて、街の隅々まで観光客があふれる「開放型観光」を推進しているとのことでした。

日本の都市部だけでなく地方へ、さらにはその地方の隅々にまで外国人を呼び込み、外国人自らに発信してもらうという発想は、従来の観光客誘致施策とは違った発想と手法であると感じ、非常に新鮮さを得ることができました。

### 【行政への提言】

「訪日外国人は日本観光の救世主になるか～心をつかむ観光客誘致を探る～」

ジャーナリストの莫邦富氏の講演は、中国内陸部に対する新たな発見の連続でした。

まず、観光立国を目指す理由として、観光の事業規模は非常に大きく、またGDPに占める観光GDPのシェアが日本は小さく、今後の成長の可能性が十分残されていること等をご説明されました。

さらに、中国の内陸部には、例えば中国国内において一人当たりGDPが5位である「東営市」等、数百万人規模の都市がたくさん存在しており、そこには日系企業がほとんど進出していない点を挙げられ、掘り起こすべき鉱脈がいっぱいあることを熱弁いただきました。

そして、日本の文化等、日本側からみると普通のもので、外国人から見ると感激するものもあることも述べられました。

机上ばかりでプランを考えるのではなく、現地の実情を肌で感じる必要性を感じさせられたと同時に、中国内陸部への新たな可能性を発見することができた瞬間でした。

### おわりに

今回のセミナーに参加し、中国の内陸部への可能性やお互いの国に対する理解のギャップ解消の大切さ等、様々なことを学ぶことができました。

当協会経済交流課は、今年度創設され、自治体の海外経済活動に対する支援を始めたばかりですが、自治体の皆様からも様々なことを学びながら、よりよい支援を展開していきたいと考えていますので、皆様からの情報提供やご提案等いただければ幸いです。今後ともご指導よろしくお願いたします。

(経済交流課 主査 牧 直美  
主事 上田 将章)