

広域連携による一層の訪日観光客誘致 ～「地域」と「テーマ」で訪日旅行を PR～

シンガポール事務所

2012 年 12 月 14 日（金）午前に、東南アジアきっての親日国家であるタイ王国の首都・バンコクで、中部広域観光推進協議会は中部・北陸地域の観光セミナーを行いました。この地域一丸での PR に続き、同日午後には東海地区外国人観光客誘致促進協議会が、ものづくりの盛んな東海地区ヘインセンティブツアー（注）を誘致するための観光セミナーを開催し、訪日旅行 PR を行いました。地域に訪日観光客を呼び込むための工夫を凝らした両セミナーの様子をお伝えします。

（注）企業（組織）等が成績優秀な社員や取引先等を対象に「褒賞」として更に研鑽をしてもらうための旅行。

1 中部・北陸地域観光セミナー・商談会を開催

（1）広域連携の強み～相手の立場に立てば「広域での PR」が効果的～

中部広域観光推進協議会は、東海・北陸・信州地域が連携して広域観光の推進を図るために 2005 年に設立された団体です。中部広域エリアへより一層外国人観光客を呼び込むべく、今回、タイ・バンコクで初めて広域観光セミナーを主催しました。



熱気溢れる商談の様子

日本の県や市単位での PR では、まずその地名の知名度を上げることから始めなければなりません。

しかし、広域的なエリアを PRするのであれば、そこまで個々の小規模な地域ごとの知名度向上に固執する必要がありません。単独の自治体の場合、自治体内の固有の最新情報や詳細情報を外国人側に届けられるという強みがあります。しかし、それぞれ自治体の看板を背負っているだけに、他地域の PR までも引き受けるのは困難です。

一方、現地の観光業者の立場に立てば、日本の小さな 1 地域しか扱ってくれない相手との商談は効率が悪く、観光ルート作りも困難という問題が発生します。地域の詳細な最新情報を提供しつつ、単体の地域のみこだわらない観光 PR を行うには、自治体が広域で観光誘致に取り組むことが効果的です。このため、今回、中部広域観光推進協議会は、広域観光誘致の一環として海外での訪日観光セミナー開催に乗り出しました。

（2）広域連携の効果～周辺地域の情報も得られ、有益との声も～

セミナーには、東海・北陸・信州地域から大小様々な自治体と、地域の民間観光業者等が多数参加しました。また、会場に並べられた 25 のブースでは案内しきれないほど

のタイ側参加者が集まり、熱気溢れる商談が繰り広げられました。来場したタイ側の旅行業者には、中部広域観光推進協議会が作成したセントラルジャパンのタイ語版パンフレットが配布されました。また、中部地域のPRということで、「日本の中部の何県」という、通常であれば付きまとう当初の説明も必要ありません。商談会でのブースは地域ごとにある程度まとまって配置され、各ブースでは同じ地域の自治体と民間業者、あるいは近隣の自治体同士が揃って地域への誘客を目指してPRを行うことができました。中には、中部地域の特定の観光資源に興味があり、その情報を仕入れに来たという参加者もいましたが、同時に周辺地域の情報も得られたため、すぐにでもツアー作成に取り掛かることができ、有益であるとの声もありました。

《参考：開催概要》

セミナー名	中部・北陸地域観光セミナー・商談会
日時	2012年12月14日(金) 9:30~11:45
場所	ウエスティングランデスクンビットホテル 10階ボールルームB
日本側参加団体数	41団体
タイ側参加団体数	51団体(メディア含む)

2 東海地区外国人観光客誘致促進協議会

インセンティブツアーセミナー・商談会を開催

～「ものづくり」が盛んな地域性を強みに～

東海地区外国人観光客誘致促進協議会は、1998年に岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、名古屋市、静岡市、浜松市が中心となり、外国人観光客を同地域に効果的に誘致していくことを目的として設立された団体です。これらの地域は自動車産業を中心として、ものづくりの盛んな地域でもあります。今回、これを地域の特徴として押し出し、在タイ企業のインセンティブツアーに照準を定め、具体的な地域・テーマを設定した上でセミナー・商談会を開催しました。

この商談会では、漠然とした訪日旅行PRではなく、実際に企業などのインセンティブツアーを手掛けている旅行業者をターゲットとしました。自動車産業を中心にもものづくりが盛んで、世界的に有名な大企業の記念館や技術博物館、工場などが多く立地しているという東海地区の強みを生かし、インセンティブツアーの集客を一気に強化しようという考えです。

本セミナーに対するタイ側の旅行業者の反応は極めて良好でした。特に、産業の歴史などを学べる施設に対しては、インセンティブツアーの“顔”としての



ファミトリップ体験者の発表の様子

役割が期待されているようです。「どのようにアポイントメントを取ればよいか」「工場見学はどこまでさせてくれるのか」「一度に何名程度なら受入可能なのか」など、具体的な相談が多数聞かれました。実際に「インセンティブツアーと言えば東海地区へ」という空気を醸成するには、今後も地道かつ気長に取り組む必要がありますし、今回のセミナーを受けてツアーが作成・出発するのももう少し時間が必要でしょう。しかしながら、ものづくりの歴史や工場見学と共に、地域の観光資源を紹介する、「学」と「楽」を織り交ぜた今回の PR は、新たな取組として、今後発展することが十分期待できます。

《参考：開催概要》

セミナー名	東海地区外国人観光客誘致促進協議会 インセンティブツアーセミナー・商談会
日時	2012 年 12 月 14 日 (金) 14:00~18:00
場所	ウエスティングランデスクンビットホテル 10 階ボールルーム B
日本側参加団体数	21 団体
タイ側参加団体数	15 団体 (旅行業者)
プログラム	<ul style="list-style-type: none">・主催者挨拶・東海地区インセンティブツアー魅力説明会・ファムトリップ招聘者による体験談の発表・商談会

3 一石二鳥、三鳥のスケジュール

今回、中部広域観光推進協議会は、東海地区外国人観光客誘致促進協議会によるインセンティブツアーセミナーとスケジュールを合わせて広域観光セミナーを開催しました。しかし、併催された事業はこれだけではありません。より一層の誘客を推進することを目的とし、日本側からの参加者はセミナー開催に先立ってバンコク入りし、一部旅行業者へのセールスコールも行いました。



ショッピングビルでの誘客イベント

また、富山県知事のトップセールスとも開催時期を重ね、昼食を兼ねた交流会を合同で開催しました。昼食会は石井富山県知事の挨拶から始まり、富山県の魅力が紹介され、会場には富山県から空輸された甘海老や寒ブリが並んで華を添えました。富山県がショッピングビルで独自に開催した誘客イベントもあり、今後、各自治体が個別に海外で PR を行う際の参考となるよう見学させていただけるなど、盛り沢山の内容でした。

4 訪日誘客に広域で取り組む意義

東南アジアでは様々な国で国際旅行博が開催されますが、日本の行政関係の出展は自治体単位でその地域内のことのみを PR するケースが多く見受けられます。しかし、実際に訪問する側からすれば「日本のどこ」であるか、特に細かい都道府県市区町村レベルでの地域名の認知度は低いのが現状です。よほどその人の心に響く観光資源があるか、北海道のように地理的条件が明快で区分けがわかりやすいかでなければ、地域名をはじめから個別に認識してもらうことはほぼ不可能です。このため、観光 PR のためには広域での取組が有効であると言われており、九州、東北、関西が先駆的に広域 PR に取り組んでいます。中部もこれに続き、今後も継続して広域で観光 PR に取り組み、地域への誘客を拡大できることを期待したいと思います。また、東海地区外国人観光客誘致促進協議会に関しては、都道府県の枠を越え、更に地域の特性に則ったテーマを掲げて PR に取り組んでおり、斬新な取組方法であると感じました。産業というテーマに絞って地域で展開することはよい呼び水となるのではないのでしょうか。他方、一般の観光旅行に関して広域で取り組むには、地域全体を巡り、日本の様々なイベントや風土を経験してもらうばかりでなく、地域による文化の違いを踏まえ、それぞれ異なる体験を提供できるよう、今後も地域全体で役割分担をしつつ、受入体制を整えていく努力が求められるでしょう。

(伊藤所長補佐 浜松市派遣)

