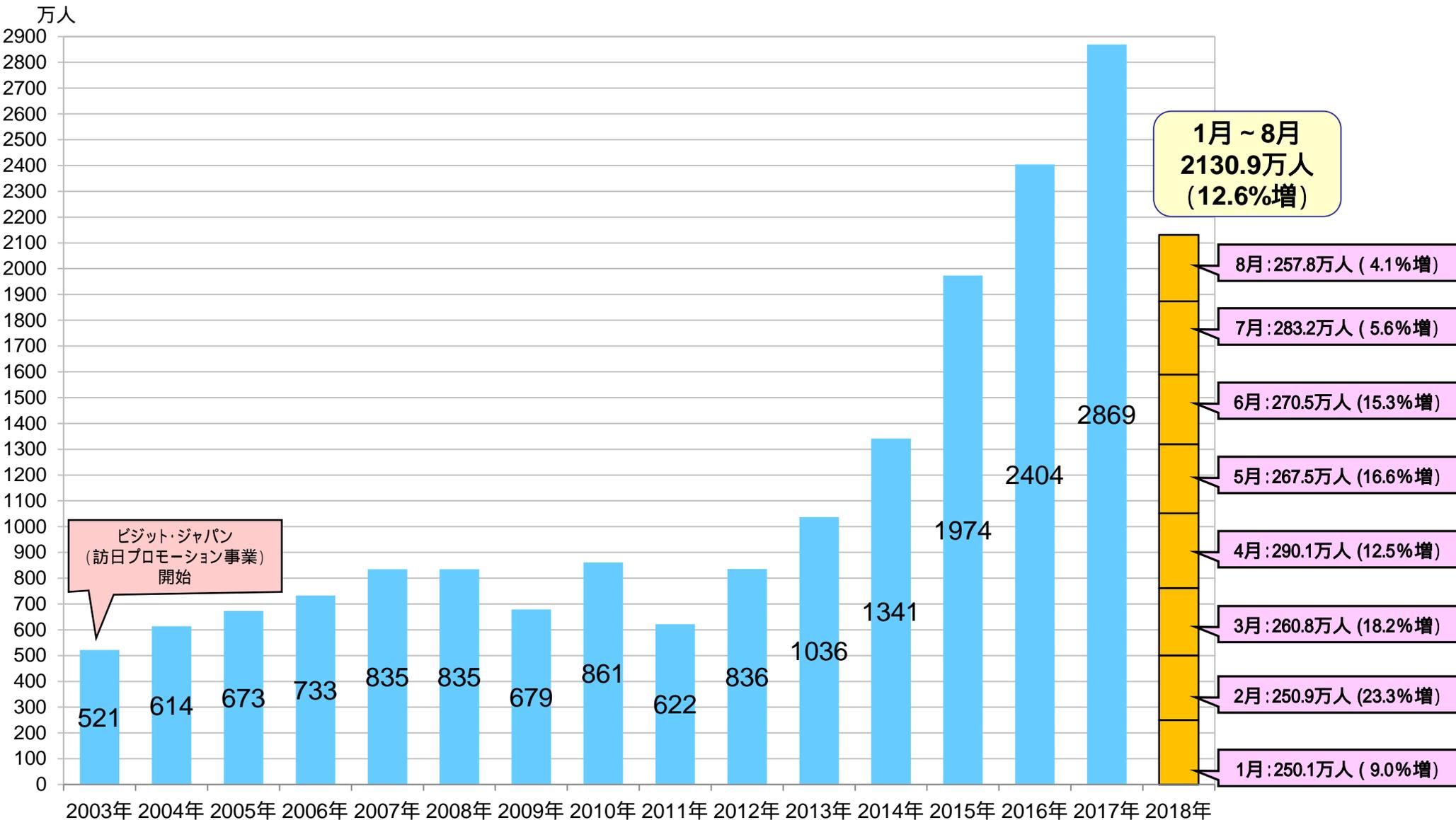


第9回クールジャパン関係府省連絡・連携会議 第2回クールジャパン人材育成政府連絡会合同会合 資料

観光庁

平成30年10月16日

訪日外国人旅行者数の推移



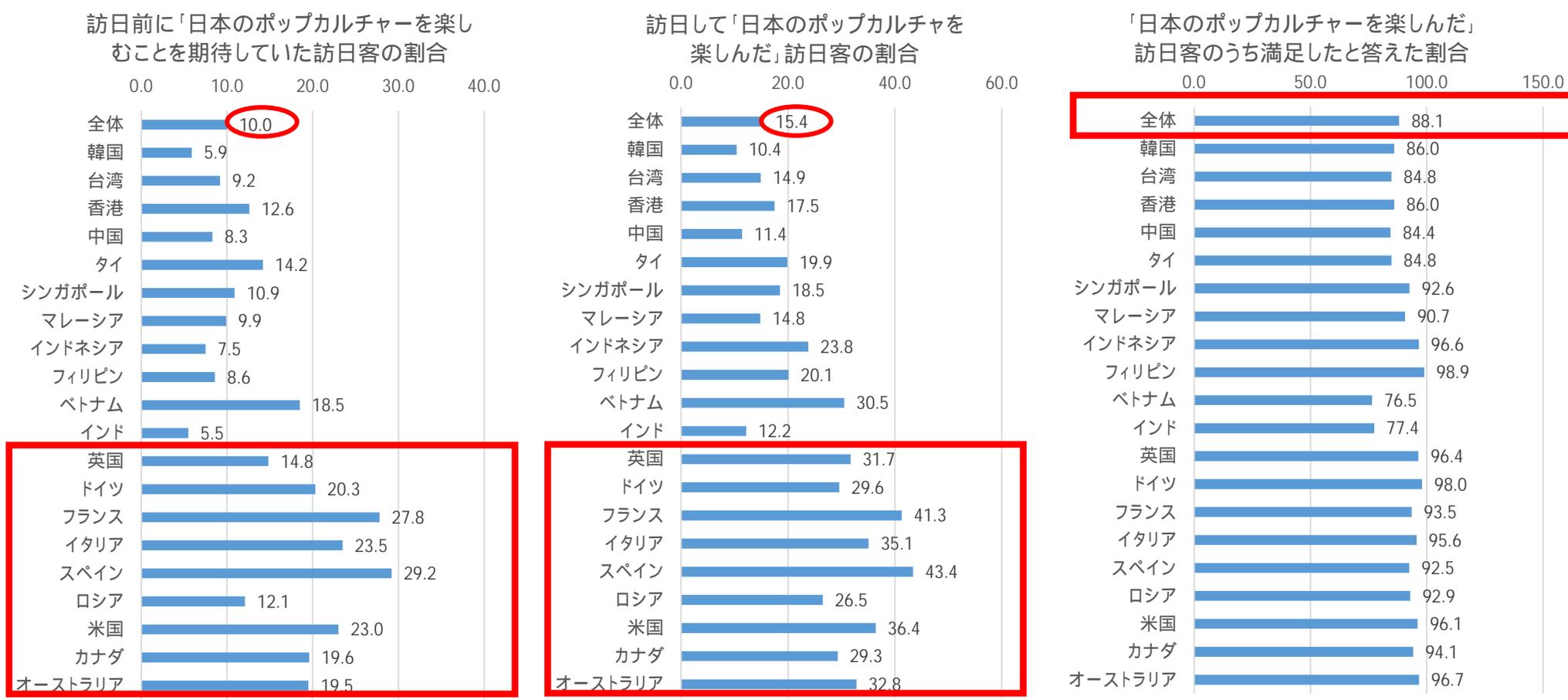
注) 2017年以前の値は確定値、2018年1月～6月の値は暫定値、2018年7月～8月の値は推計値、%は対前年同月比

出典: 日本政府観光局(JNTO)

訪日外国人のクールジャパンへの関心

・訪日外国人の約1割が訪日前に「日本のポップカルチャーを楽しむ」ことを期待して訪日しており、実際に15.4%が訪日中に日本のポップカルチャーを楽しんでいる。特に、欧米豪からの訪日客は日本のポップカルチャーに高い関心を示している。

・訪日して実際に日本のポップカルチャーを楽しんだ外国人の88.1%が「満足している」と回答している。



クールジャパンを活用した訪日プロモーションの事例

ビジット・ジャパン事業(訪日プロモーション事業)において、アニメ等日本のポップカルチャーを紹介するイベントや、食のイベントへビジット・ジャパンブースを出展する等、クールジャパン資源を活用した訪日プロモーションを実施。また、関係省庁・団体と連携した取り組みも実施。

アニメ関連イベントへのVJブースの出展

Japan Expo(フランス)

ヨーロッパ最大の日本文化とエンターテインメントの祭典に地方自治体・団体と連携し、VJブースを出展。

日本のポップカルチャーと訪日旅行をリンクさせたPRを展開。

開催時期:2018年7月5日(木)~8日(日)

SMASH!(オーストラリア)

2007年から続く、日本のポップカルチャーの祭典に、VJブースを出展。あわせて、会場内のモニターでも訪日プロモーション映像を放映。

開催時期:2018年7月14日(土)~15日(日)



< Japan Expo(フランス) >
VJブースの様子



< SMASH!(オーストラリア) >
VJブースの様子

関係省庁・団体との連携

日本文化・ポップカルチャーフェスティバル(モンゴル)

在モンゴル日本国大使館と日本文化愛好家教会が共催するポップカルチャーイベントにおいて、VJブースを出展。

開催期間:2018年8月18日(土)

JAPAN WEEKEND(フィリピン)

JETRO・経済産業省と連携し、同じ都市で同時期に日本コンテンツの普及や訪日プロモーションに資するイベントを実施することで、オールジャパン体制でのプロモーションを実施。

開催期間:2019年2月



< JAPAN WEEKEND(H29年度 ベトナム) >
VJブースの様子

訪日プロモーションの戦略的高度化

アジアからの個人旅行客やリピーター客の取り込みに加えて、欧米豪における認知度向上や、デジタルマーケティングの本格導入等を通じたプロモーションの高度化等により訪日需要を掘り起こす。

1. 国別戦略に基づくプロモーションの徹底

アジア市場

個々の旅行ニーズに応じたきめ細かなプロモーション

欧米豪市場

魅力あるアクティビティ等の訴求力の高いコンテンツを中心としたプロモーション



2. 訪日グローバルキャンペーンの本格実施

欧米豪市場を中心に、旅行先としての日本の認知度が低い層に、日本の「楽しい」旅行先としての魅力をアピール

アクティビティ動画



パーソナライズドムービー



3. デジタルマーケティングの導入

ウェブサイトやスマートフォンアプリ等といったデジタル技術を活用して情報発信を効果的・効率的に実施。

JNTO WEBサイト



SNS ・Instagram ・Facebook 等



JNTOアプリ Japan Official Travel App



テーマ別観光による地方誘客事業

国内外の観光客が全国各地を訪れる動機を与えるため、**特定の観光資源**に魅せられて日本各地を訪れる「**テーマ別観光**」のモデルケースの形成を促進し、地方誘客を図る。

平成30年度選定テーマ

- ・エコツーリズム
 - ・アニメツーリズム
 - ・Industrial Study Tourism
 - ・街道観光
 - ・古民家等の歴史的資源
 - ・ONSEN・ガストロノミー
 - ・酒蔵ツーリズム
 - ・サイクルツーリズム
 - ・ツアーズ
 - ・社寺観光 巡礼の旅
 - ・全国ご当地マラソン
 - ・郷土食探訪
 - ・明治日本の産業革命遺産
 - ・日本巡礼文化発祥の道
 - ・～フードツーリズム～
 - ・ロケットツーリズム
 - ・忍者ツーリズム
 - ・宙ツーリズム
 - ・百年料亭
- 計17テーマ



ネットワーク化のイメージ



本事業で実施できる取組の例

1. **観光客のニーズや満足度を調査するためのアンケートやモニターツアー**
観光客のニーズやターゲット層の把握等の基礎調査や満足度を検証し、地域資源を磨き上げるためのアンケートやモニターツアー
2. **観光客の受入体制の強化に係る取組**
1の調査結果等で得られた知見を構成団体間で共有するマニュアルの作成
旅行商品の造成
3. **1の調査結果等を踏まえた情報発信**
共同Webページ、パンフレット、マップの作成
各種PR（旅行博等への出展やSNS等を用いた情報発信）
4. **ネットワーク拡大に向けた取組**
同じテーマを観光資源とする団体や地域に関する実態把握のための調査
シンポジウムやセミナーの開催

期待される効果

旅行者

- ・特定のテーマに関心の高い旅行者にとって **より魅力的な旅行を享受**

地域

- ・旅行者の複数地域への **来訪需要を創出**
- ・地域間で課題や**成功事例**を共有することによる**効果的な観光振興策を推進**

ロケツーリズム（ロケツーリズム協議会）

<ロケツーリズムとは>

「映画・ドラマのロケ地を訪ね、物語の世界に浸り、その地域のファンになること」と定義され、ロケ地を観光資源として活用し、地域の活性化に繋げるとともに、「ロケ地行楽度の向上」・「ロケ支援度の向上」を図り、国内外からの旅行客増加を目指す。

H28～29年度の主な取組

(1) ネットワークの構築とノウハウの共有

H28年度より全10回の協議会を開催し、201地域194企業が参加。互いに成功事例を共有し合い、全国でシティープロモーションに取り組む団体の活動の底上げにつなげる。

(2) ノウハウのマニュアル化と、協議会認定団体を育成

効果的なPRを実施するために必要な権利処理の方法等を含むマニュアルを作成し、協議会で認定を行った地域や団体に配布。

(3) 全国ロケ地マップの作成・配布

全国版のロケ地マップを作成し、ロケ地としての地域の魅力を発信。訪日外国人旅行者に向け、5カ国語に対応（日・英・韓・繁・簡）。成田空港駅や東京駅付近、掲載のある各地域での配布を行い、国内外の旅客に、旅先として提案。

先進地ではロケ地モニターツアーを催行（綾瀬市/2月）。



H30年度の具体的事業内容

取組内容(予定)

(1) 人材育成とネットワークの活用

全5回の協議会の開催を予定。各地の取組レベルが複雑化してきたため、目的を明確化。制作者とロケツーリズムに取り組む地域・団体とのマッチングの場を創出。

(2) 全国ロケ地MAP第2弾の作成

昨年作成したMAPは発地情報がメインだったため、着地情報も追加したMAPを作成し、効果的な誘客につなげる。

(3) マニュアルの高度化と、ロケツーリズム認定制度の創設

H28、29年度で作成したマニュアルをさらに高度化し、よりロケツーリズムに有効なノウハウを集積する。



地域観光資源の多言語解説整備支援事業

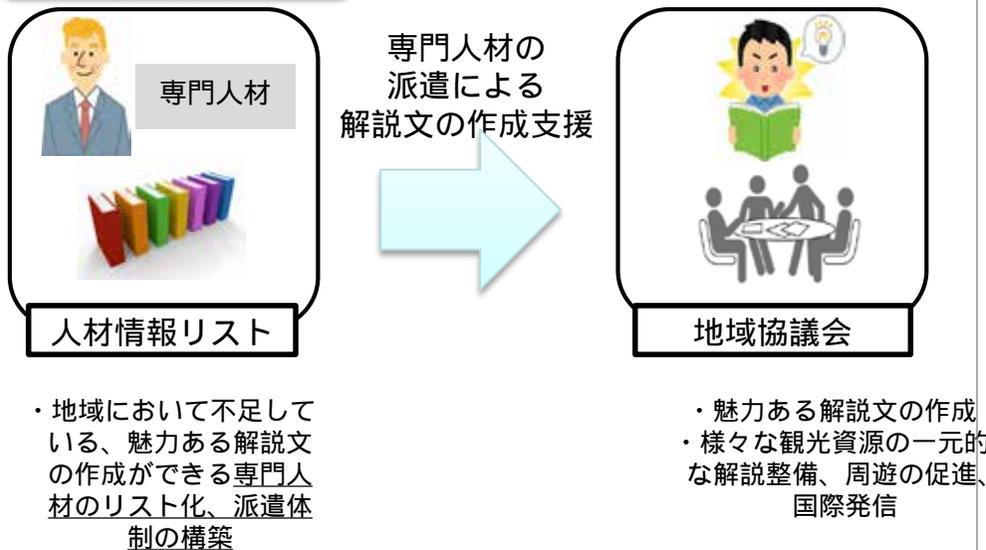
・訪日外国人旅行者が地域を訪れた際、観光資源の解説文が乱立していたり、表記が不十分なため、観光地としての魅力が伝わらないとの声があることから、観光庁が関係省庁等と連携して多言語解説の専門人材を初めてリスト化し、派遣体制の構築、解説文作成等の支援を行うことで、旅行者にとって分かりやすく、地域の面的観光ストーリーを伝える魅力的な解説文を整備。
 ・魅力的な多言語解説文が各地で整備されることにより、訪日外国人の観光地での体験満足度を向上させ、高いメリットを提供。

事業概要

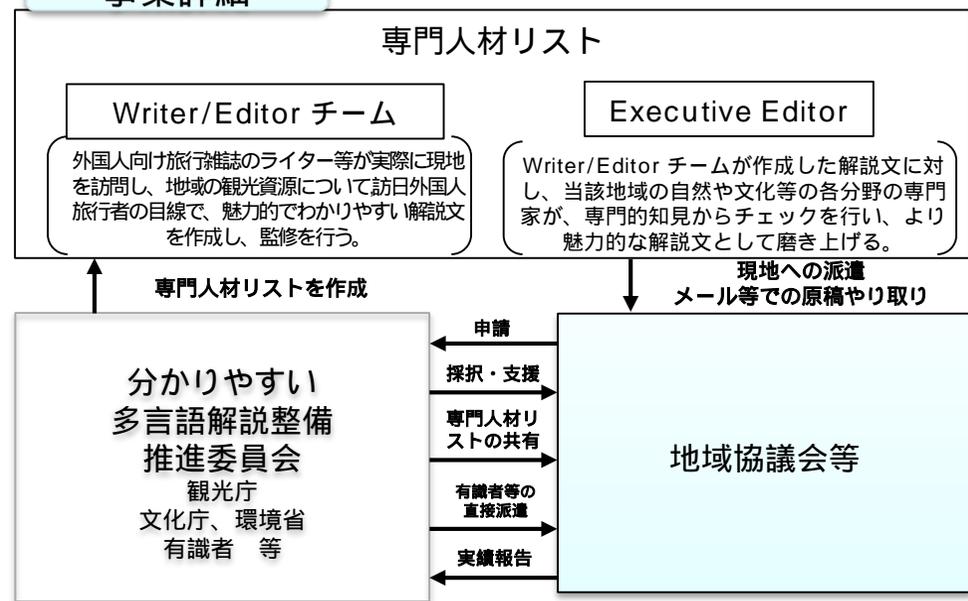
1. 国において推進委員会を立ち上げ、解説文作成にかかる指針の取りまとめ、専門人材のリスト化を開始
2. 地域単位での協議会が行う観光資源の解説作成に対し、協議会からの申請に基づき500万円/件を上限として、支援を実施（看板設置やパンフレット作成などの経費は支援対象外）
3. 地域での作成実績を報告・フィードバック
4. 推進委員会において作成過程のノウハウを積み重ねて検証し、取りまとめの上他地域へ横展開

（本事業で作成した解説文を、文化庁においては世界文化遺産や国宝・重要文化財等について、環境省においては国立公園について実際の案内板・解説板として活用することで、我が国の主要な観光資源の多言語解説の整備を推進。）

事業体制



事業詳細



観光産業における人材育成事業

課題認識: 観光産業を牽引する経営人材や新たなビジネスを創出できるトップレベルの人材、地域の観光産業の中核を担う経営者等の人材の不足(質の不足)インバウンドをはじめとする増加する観光客に対応する現場人材の不足(量の不足)

具体的には、観光産業の担い手を3層構造により育成・強化。
 我が国の観光産業を牽引するトップレベルの経営人材の育成
 地域の観光産業を担う中核人材の育成
 観光産業の即戦力となる実務人材の育成

産業界のニーズを踏まえた観光人材育成事業の実施

我が国の観光産業を牽引する
 トップレベルの**経営人材**

平成30年度「観光MBA」の設置・開学

地域の観光産業を担う**中核人材**

全国の複数大学において、宿泊業等の経営力強化のための社会人向け講座を実施

即戦力となる現場の**実務人材**

インターンシップ調査やホスピタリティ向上のためのワークショップを開催

観光産業のトップ・中核人材育成 (質の不足への対応)

我が国の観光産業を牽引する
 トップレベルの経営人材の育成



(1)地域の観光産業を担う
 中核人材の育成



(2)歴史的資源を活用した
 観光まちづくりの担い手支援・育成

活躍できる実務人材の育成 (量の不足への対応)

観光産業の即戦力となる
 実務人材の育成

