

プロモーションアドバイザーとの意見交換会を開催しました！

4/24 (火)、インバウンドリーグ (新宿区) において、プロモーションアドバイザー事業の紹介及びアドバイザー、自治体関係者、クレア職員の人脈の構築を目的に意見交換会を開催しました。大変多くの方にご出席いただき、意見交換会は大盛況のうちに終了しました！

プロモーションアドバイザー事業は海外プロモーションについて専門知識を有するアドバイザーを自治体に派遣し、プロモーションの企画段階において、相談対応や情報提供を行い、自治体の海外プロモーションを支援する制度です。詳細はこちら→<http://www.clair.or.jp/j/economy/3/page-9.html>

意見交換会前半には株式会社やまごころ代表取締役の村山慶輔氏より「インバウンドの最新動向と今後の取り組みについて」と題してご講演をいただきました。インバウンドの現状や地域における取り組み事例から、今後の取り組みに向けてのポイントまで幅広くご紹介されました。(講演の概要は下記のとおり。)

また、意見交換会後半には各アドバイザーの紹介の後、懇親会で情報交換を行いました。これからインバウンド関連の取り組みを始めようとしている自治体(市町村)の職員からは「アドバイザーの皆さんの熱意も感じ、非常に勉強になった」という感想も聞かれ、参加者の皆様にとっては人脈構築の場としてだけでなく、今後のインバウンドの取り組みについて改めて考える場として活用いただけました。

演題：「インバウンドの最新動向と今後の取り組みについて」 (株)やまごころ 代表取締役 村山慶輔氏

初めに、インバウンドの現状及びインバウンドの変化について具体例を交えてご紹介いただいた。

海外では日本以上にデジタル化が進んでおり、旅行の時も現地のインターネットサービスやアプリをよく利用している。彼らが何を使って、何を調べているのかを把握し、最新のデジタルトレンド情報を追いかけてほしい。例えば、香港の人は飲食店を探す際に OpenRice、中国人は旅行全般を検索及び予約する際に Ctrip というアプリを使う。

また、インバウンドの変化に柔軟に対応する必要がある。例えば、個人旅行の増加(団体旅行のイメージが強い中国でも増加傾向)、地方への訪日旅行客増加、決済手段の変化(例：中国のオンライン決済)などが最近の変化として挙げられる。

続いて、インバウンド対策のダメな取り組みのパターンと参考にできる成功事例についてご紹介いただいた。ダメな取り組みのパターンとしては、日本人だけで考える、ビジョン・戦略がない、とにかく地名・自社を売りたい、プロダクト(中身)がない、平等・公平に縛られすぎ、など。成功事例としては三重県ゴルフディステーションやDMO結成により訪日客3.8万人を達成した南宮城など。

最後に、今後の取り組みについてポイントを4点挙げられた。①地域の巻き込み、②外国人目線、③専門家の活用、④(他の地域の)プチ成功事例が地域を動かす。



講演の様子



懇親会の様子