

## 中国 ビューティーツーリズム インバウンドへの第一歩

### ～愛知県へのプロモーションアドバイザー派遣～

2020年10月、11月の2回、プロモーションアドバイザーである株式会社行楽ジャパンの代表取締役社長 袁静氏（以下「アドバイザー」）を、愛知県に派遣しました。

愛知県では、名古屋市以外の県内のエリアにおいても、より多くの外国人旅行者を誘致していきたいと考えています。今回、同県への外国人訪問者数の中で最も多い中国、その中でも訪日旅行のリピーターが多く、消費額も高い中間層～富裕層をターゲットに、観光コンテンツの磨き上げや効果的なプロモーションについて専門的な助言をもらうため、中国からのインバウンドに精通しているアドバイザーを派遣しました。

10月に奥三河地域、11月には尾張、西三河地域を訪問し、観光施設や宿泊施設等を、各回2日間にわたって視察しました。それぞれの視察先において、現地の自治体職員や観光協会職員、事業者の方々と意見交換を行い、アドバイザーから助言をいただきました。

本稿では、奥三河地域の派遣内容の一部を紹介します。

奥三河地域では、観光を通じて心身ともに美しくなれる「ビューティーツーリズム」の推進を図っています。現在は、日本国内向けに取り組んでいるものですが、この「ビューティーツーリズム」はインバウンド向けにも刺さるコンテンツなのか、その可能性を探りました。

### インバウンド目線での改善点とは

#### ＜奥三河蒸留所＞

奥三河蒸留所では、ヒノキやスギ、和ハッカ等、地元の森林資源を使用した最高級のエッセンシャルオイルを制作、販売するとともに、観光客向けにエッセンシャルオイル作りの体験も行っています。通常はこうした体験では乾燥したハーブを使用しますが、生のハーブを使用したオイル作り体験は、ここ奥三河蒸留所でしかできないそうです。



施設内の視察の様子



エッセンシャルオイル作り体験をするアドバイザー

アドバイザーからは、施設内の視察や、実際のエッセンシャル作り体験を通じ、以下の助言がありました（一部抜粋）。

- ・中国人のOLにエッセンシャルオイルは人気。ただし、本場のヨーロッパのイメージが強いので、“日本のエッセンシャルオイル”としてブランディングしていったらどうか。中国人に対しては、大げさと感じるくらいのPRが必要。インパクトのあるキャッチフレーズを考えて、PRするとよい。
- ・中国人富裕層は、特別感、プレミアム感を求めるので、生のハーブでの体験は「ここでしかできない」ということを全面にアピールするとよい。また、例えば、体験後に「エッセンシャルオイルマスター」といった独自の称号をあげる演出をしてはどうか。
- ・中国人富裕層は、知識を求めため、単なる“体験”に加えて“学び”の要素が欲しい。体験前にハーブの効用や、なぜここでしかできない体験なのかというストーリーを、説明する時間を設けるとよい。
- ・体験後にもらった成果物のボトルは、ラベルも貼られておらず、シンプルな印象。SNS映えを意識し、ラベルやラッピングを工夫するとよい。SNS映えの写真を撮影できるスポットを設置するのもよい。

### <東栄町のき山学校>

東栄町のき山学校は、廃校となった小学校を利活用し、図書室やカフェ等を併設している施設で、ファンデーション作りや太鼓演奏体験、ピザづくり等、様々な体験イベントを実施しています。



外観



併設するカフェ

アドバイザーからは、施設内について以下の助言がありました（一部抜粋）。

- ・中国では現在も子どもが増えているため、廃校というものが存在しない。廃校をリノベーションした施設は日本独自でユニークな観光コンテンツとしてよい。瀬戸内エリアでも廃校を活用した観光施設が中国人にも人気となっている。
- ・カフェについて、富裕層をターゲットとして考えるのであれば、価格設定を上げてもいいので、内装や商品に工夫があるとよい。地域の職人の方と協力して、地元の木材を活用してよりおしゃれな内装にリノベーションしたり、プロのパティシエと手を組み、地元産のブルーベリーを使用したメニューを作るのはどうか。

## <ファンデーション作り>

この東栄町のき山学校内で実施されている、ファンデーション作りをアドバイザーに体験いただきました。奥三河地域にある東栄町は、ファンデーションの原料であるセリサイト(絹雲母)という鉱物の採掘地で、現在日本ではここ東栄町でしか採掘されていません。このセリサイトをはじめ、数種類の材料を自分の好みに合わせて調合し、オリジナルのファンデーションを作ることができます。



材料の説明や作り方についての説明



ファンデーション作り体験

- アドバイザーからは、体験を通じて以下の助言がありました（一部抜粋）
- ・初めの講義で、材料の説明や「なぜここでファンデーション作りなのか」というストーリーの紹介があった点が非常によい。
  - ・中国人に対しては、「市販のものより、高級な素材を多く使用したファンデーションが作れる」「多くの有名ブランドメーカーもこの原料を使用している」といったことをアピールし、プレミアム感を出した方がいい。
  - ・価格設定を上げ、成果物のケースをよりおしゃれなものに変えたり、包装するための箱や手提げ袋を用意するとよい。県内の豊橋筆とコラボして、化粧筆と抱き合わせで販売するのもよい。
  - ・ファンデーション作り体験に加えて、例えば日本式のメイクアップ教室があるとより魅力的なコンテンツとなる。

## さらなる磨き上げ、さらなるPRを

今回の視察の総括として、アドバイザーは、「アフターコロナでは、今回のような三密を避けることのできる自然豊かなエリアがチャンス」であるとし、「日本の中でもこの奥三河地域でしかできない体験、ここにしかないコンテンツがある等、観光地として非常に魅力を感じた。二次交通の課題解決や、各コンテンツのさらなる磨き上げは必要であるものの、インバウンド向けの『ビューティーツーリズム』は、時間をかけて成長させていくものとして可能性がある」との意見をいただきました。

また、中国から愛知県の中中部国際空港への直行便は、東京や大阪行きに比べると比較的安価な便が多く、来訪する中国人は多いものの、中国人にとって愛知県は、「名古屋」「買い物」といったイメージしかなく、今回訪問したエリアの知名度はやはり低いそうです。アドバイザーは、名古屋市以外の地域の魅力を、積極的にPRしていくことの必要性も併せて強調されました。



アドバイザー、自治体、観光協会、事業者を交えた意見交換の様子

### 今できるインバウンド施策

視察を受けて、奥三河観光協会の担当者からは、「これまでインバウンドについて、地域の内部の人間だけで話し合ってきたため、外の専門家の意見、しかも自身も中国人であるアドバイザーの意見を聞けるのは大変貴重だった。今回のアドバイザー派遣を通じて、可能性や改善点が見えた。」との感想をいただきました。県の担当者からも、「今回の派遣を通じて地域のインバウンド受入に対する意識が格段に向上した。今後地域の方々と協議をしながら、受入環境を整備していきたい。」との声をいただきました。

現在のコロナ禍においては、インバウンド施策に取り組むことが難しい状況ですが、コンテンツの磨き上げやプロモーションについての助言は、国内向けの観光にもヒントとなるものが多く、観光施策を進めていく上で有意義な派遣となりました。

### プロモーションアドバイザー事業をぜひご活用ください！

クリアでは、自治体の海外プロモーションの企画段階における相談対応や専門的な助言・情報提供を行うプロモーションアドバイザー事業の申し込みを随時受け付けております。セミナー講師としてのアドバイザー派遣も行っております。

また、これまでアドバイザーが直接現地に赴くことを要件としていましたが、新たにオンライン派遣も可能となりました。本事業にご興味ございましたら、ぜひお気軽にお問い合わせください。

<http://economy.clair.or.jp/activity/dispatch/>

(経済交流課 佐藤)