

第28回観光戦略実行推進会議 提出資料

2019年1月21日

株式会社やまところ

代表取締役 村山慶輔

村山慶輔

株式会社やまところ代表取締役 兼 インバウンド戦略アドバイザー

<略歴>

神戸市出身

1999年 米国ウィスコンシン大学マディソン校卒業

2000年 アクセンチュア株式会社

2007年 やまところ創業

日本最大級のインバウンドビジネス情報サイト「やまところ.jp」を運営
国・自治体におけるインバウンド政策に関わる委員、多数のインバウンド関連
諸団体の理事を務める

<その他>

2007年「第1回日中韓若手経済人コンテスト」にて、日中韓若手経済人新人賞を受賞

2013年朝日新聞社AERA「アジアで勝つ日本人100人」選出



提案 1

「JETプログラム」の更なるインバウンド活用

一般財団法人自治体国際化協会が「JETプログラム」を通して地域に送り込む「外国語指導助手（ALT）」、「国際交流員（CIR）」、「スポーツ国際交流員（SEA）」は地域におけるインバウンド対応の有効なリソース。

JETプログラム参加者にインバウンド関連の体系的な研修を行い、受け入れ先地域のインバウンド対応の即戦力として、地域の魅力発掘、情報発信、人材育成につなげていく。

実際、元JETプログラム参加者の中には地域に定住し、インバウンド推進のキーパーソンとして活躍する方も少なくなく、ロールモデルとして発信・展開を推進する。

また、30年を超える歴史を通じて培われた欧米豪を中心とした68,000人の参加者ネットワークは貴重な資産でありインバウンド活用が期待できる。

提案2

国や自治体が運営する施設のオンライン販売を可能へ

現在、主要OTA（オンライン・トラベル・エージェンシー）が体験や施設入場券の販売を強化している。インバウンド客の情報収集やチケット手配のオンラインシフトも年々加速。

一方で、国や自治体が運営する公的施設でオンラインでチケット販売しているところはほとんど見受けられない。

国としては、美術館・博物館等での多言語対応を強化していく方針などを示しているが、同時に各施設の入場券のオンライン販売を強化していくことも重要であると考えます。

尚、オンライン販売を可能にすることで利用者の利便性の向上はもちろん、需給のコントロール、購買者データの分析、CRMなどを行うことができるのが大きなメリット。

提案3

ゴルフツーリズムの推進強化

スポーツ産業が15兆円の市場規模を目指すなか、「ゴルフ」は重要な役割を担っているスポーツである。日本には2,000以上のゴルフコースが存在し世界第二位。一方、国内ゴルフ人口は1500万人から600万人へ減少していると言われ、新たなマーケット開拓が急務である。

2018年10月、ゴルフツーリズム業界で最も権威ある団体「国際ゴルフツアーオペレーター協会（IAGTO）」が主催するイベント「日本ゴルフツーリズムコンベンション2018」が三重県において開催され、欧米豪を中心とした参加バイヤーから非常に高い評価を受けた。ゴルファーは通常の旅行者より約2.2倍消費する傾向がある富裕層。「欧米豪からの富裕層を獲得」を目指し、既に動き始めたゴルフツーリズムを加速していく。

具体的には

- ①世界的な商談会AGTC（アジアゴルフツーリズムコンベンション）の日本開催
 - ②訪日客向けゴルフツーリズムウィークの開催
- に向けた取り組みを国が後押しすることでマーケット拡大を促進。

提案4

インバウンド関連事業者の語学力向上に対する補助制度の構築

都内某商業施設での外国人観光客からのクレームNo.1は「無視されていると感じる」であった。つまり、語学力のなさから外国人観光客が来ても目をそらすなど、苦手意識が全面に出てしまっている状況。これは日本のインバウンド受け入れの現場の縮図であり、地方になればなるほど深刻に。

訪日客との「直接的な接点である『接客』」の改善こそ、満足度向上ならびに消費額アップの鍵である。

そのため、インバウンド関連事業者（飲食、物販、宿泊、観光施設、交通機関、医療機関等）の語学力向上を支援するための補助制度を構築する。

また、2020年 訪日客4000万人時代を見据え、短期間で目に見える成果に繋げるため、

①インバウンド対応の現場に即活用できる語学研修

②多言語タブレット、翻訳ツールの活用研修

を重視したものにすることが有効。