

ンペン(地方連携事業)について 特集

九州・沖縄ウィーク」> Meeting Asia (IT&CMA2010)>

沖縄におけるVJC地方連携事業のブロック戦略
H22年度

優先度	国・地域名
★★★ 最重点市場	台湾、香港、中国、韓国
★★ 重点市場	シンガポール、タイ、米、独、仏、 露
★ その他重点市場	オーストラリア、英、カナダ、 マレーシア、印

※赤字は新たな重点市場

国の基本方針

H22年は訪日外国人旅行者数を 1000 万人とする目標年次となっており、目標を確実に達成するため官民一体の取り組みを強力に推進する。

また、この節目の年を Visit Japan Year と位置付け、春(1月～3月)と秋(9月～11月)にキャンペーンを行うこととし、地方連携事業においてもキャンペーン期間中の重点的な事業展開を行う。

目標達成の課題

●世界的景気低迷

●新型インフルエンザ発生

世界景気に回復の兆しが見えてきており、外国人旅行者数規模や伸びが従前の水準を取り戻すこととなるよう、様々な工夫をこらした施策を効果的に展開する。

県内においても感染者が増加傾向にあり、正確な情報の提供など、それによる悪影響を可能な限り緩和できるようきめ細かな対応を図る。

我が国では官民一体となつて2013年までに外国から1500万人の来訪を促進するために訪日外国人観光客誘致事業(ビジット・ジャパン・キャンペーン)を強力に展開しております。

沖縄総合事務局におけるビジット・ジャパン・キャンペーン

の重点市場※の1つである中国、タイは、海外旅行の関心が非常に高い国民性を持つております。

※重点市場
(15市場)：台湾、香港、中国、韓国、シンガポール、タイ、アメリカ、ドイツ、フランス、ロシア、オーストラリア、イギリス、カナダ、マレーシア、インド

○上海国際博覧会「8宝国 九州・沖縄ウィーク」

現在、中国(香港を除く。)から日本を訪れる観光客は、平成21年には約101万人に達していましたが、沖縄を訪れる観光客はまだ約5千人弱に留まっており、沖縄県への外国人入域観光客数に占める割合でも約3%程度となっています。

その一方で、昨年7月には中国人向け個人観光ビザの発給要件の緩和が実施されたところであり、今後さらに市場が拡大し、地理的に近い沖縄により多くの中国人観光客がやってくることを期待されています。

上海万国博覧会「日本館」

そこで昨年5月から半年間開催された上海国際博覧会(以下、「上海万博」という。)において、9月29日～10月6日までの8日

間の「九州・沖縄ウィーク」のうち、国慶節(中国の法定休日)の初日である10月1日(金)を「沖縄の日」として、沖縄県(財)沖縄観光コンベンションビューロー等とともに、古武道太鼓集団「風之舞」による沖縄のエイサー等のパフォーマンス披露、会場のモニターでの美ら海水族館等を紹介するVTR(中国語ナレーション付き)の放映、沖縄観光のパンフレット配布等により、上海万博にやってきた中国人の人々に沖縄の魅力をPRしました。

九州・沖縄ウィーク展示コーナー

プロモーションを実施した日本館の別館には、「沖縄の日」だけでなく1万5千人以上の人々が訪れるなど大変な盛況ぶりであり、「風之舞」の迫力ある演舞に多くの人が集まり一時入場が制限されたといった一幕があるなど、かなりの手応えを感じました。

沖縄のことを知り、興味を持つ中国人の人々が増え、さらに実際に沖縄に観光客として訪れて

Mirubishi 02

もらえるよう、今後も中国市場へのプロモーションを実施していきます。



「風之舞」演舞(日本館イベントスペース)

○Incentive Travel & Conventions, Meeting Asia (IT&CMA2010)

〜タイ王国〜

その昔「シャムの国」と呼ばれ、13世紀中頃に君主国として独立し現在に至るまで、華麗な独自文化が息づいてきたタイ王国。首都バンコクは東南アジアきっての大都市となっており、文化、経済、商業、学問等あらゆるものが結集し、近代化が急速に進んでいます。

タイから日本を訪れる観光客は約19万人(平成20年)ですが、近年、経済の発展に伴い、いわゆる富裕層が増加しており、海外旅行をするタイ国民が増加し

ています。タイ国民に最も人気のある旅行先はヨーロッパ(特にスイス)、次に日本、韓国となっており、旅行費用によって10万バーツ(1バーツ約2.8円)のヨーロッパ、5万バーツの日本・韓国、3万バーツの中国・沖縄と分かれているようです。

〜MICE(注)〜

我が国は、昨年をJapan MICE Yearと定めたことから、観光庁は、世界の競合国に引けを取らないPR事業を展開することとしました。具体的には、見本市等への出展に関しては、日本政府観光局(JNTO)、各地のコンベンションビューロー等と協力し、海外の大規模見本市にこれまで以上の規模で出展し、



バンコク市内

海外のMICEのプランナー、キーパーソンなどに働きかけ、MICEの誘致に積極的に乗り出すこととしました。

〜IT&CMA〜

このような中、10月5日〜7日の間、バンコクに於いて「Incentive Travel & Conventions, Meeting Asia (IT&CMA2010)」が開催されました。

本催は先述の上海とは異なり、MICEを自国へ誘致するため、各国の観光関連機関及び民間団体が世界各地のプランナー・旅行業者等に対して商談を行う場となっており、我が国も日本政府観光局(JNTO)を中心に日本ブースを形成し、その中で北海道から沖縄まで8つの地域・企業がそれぞれ小ブースを出展しました。

沖縄は日本ブースの中でも最も人気が高くプレゼン用のDVDまでも強奪(?)される状況でした。商談は沖縄観光コンベンションビューロー(OCVB)が中心となり、19カ国30社(団体)に対し、沖縄観光のPR、MICE会場の種類・規模・使用料金、世界各地から沖縄まで



IT&CMA会場(日本ブース)



商談会の様子(沖縄ブース)

の経路等について説明しました。これに対して中国、イタリア、オランダの担当者からは、

① 沖縄または日本でのMICE開催に関する時期や場所についての言及

② 沖縄開催に関する送客方法等についての確認

③ 東京開催を予定しているが、沖縄もアフターMICEの目的的地として候補に入れたい等かなり期待できる内容となりました。

今回の商談会を契機に沖縄でのMICE開催が増加することを期待します。

ご愛読コップン・カー(ありがと)

(注)MICE(マーズ)とは企業等の会議(Meeting)、企業の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行(Incentive Travel))、国際会議(Convention)、イベント・展示会・見本市(Event/Exhibition)の頭文字のこと。