

訪日外国人観光客の増加

政府観光局が発表した2015年上期の訪日外国人客数は、914万人で過去最高となり、年間では1,800万人に達する見通しがたてられています。

さらに、2015年4月から6月の訪日外国人全体の旅行消費額は8,887億円で、いわゆる「爆買」などの影響により、前年同期比で82.5%も増加しております。



▲爆買により旅行消費者額が増加中

■観光スタイルの多様化

観光のスタイルが団体型から個人型へ変化する中で、多様で個別化した観光ニーズを捉える為には、顧客視点にたったマーケティング戦略が求められます。スポーツツーリズム、産業観光など、様々な観光資源を活用した「着地型観光」が注目されていますが、その成功には、個別化した顧客のニーズの調査を行い、それに基づいた商品開発、商品改良、効果的なPRなど、顧客満足度を高める為のマネジメントが必要です。

■日本版DMOの必要性

その担い手として注目されているのが、**DMO (Destination Marketing/Management Organization)** です。DMOは、行政や観光協会、観光業者だけでなく、NPO、市民などが参画する、官民一体型の地域マネジメント組織であり、日本型DMOの組織化が、インバウンド観光(=訪日外国人旅行)の推進に有効であると言われています。

■海外のDMO事例(バルセロナ)

	バルセロナ	横浜市
事業収入	4,400万ユーロ (日本円で約59億円)	- (DMOなし)
外国人宿泊者数	1,600万人	50万人

バルセロナ観光局は、豊富な自主財源によって、マーケティングや商品開発、PR、専門人材の育成などを積極的に行っています。

質問・意見の一部(抜粋)

Q 横浜においても、官民一体となった地域観光をマネジメントする組織づくりが必要と思いますが、DMO設立についての市長の見解を伺います。

A 本市では、公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューローが、その役割を担うべく、事業者間の情報共有や調整など、連携していますが、さらに機能強化する必要があります。海外からの誘客をより一層促進するには、民間事業者の皆様のご意見を踏まえ、官民一体で進めることが大切だと考えています。

「観光」によりもたらされる経済効果を、横浜市内に還元する事が重要です。横浜にはまだまだポテンシャルが残されています。



DMOに関する大岩所感

多様化する観光客のニーズを捉える為には、行政区域で観光スポットを区切るのではなく、「せとうち観光推進機構」の事例のように「エリア全体」を観光地として確立し、周遊を促す取組みが必要です。

横浜+鎌倉+湘南など、固有の魅力を兼ね備えた広域エリアに、世界中の観光客や移住者を呼び込む仕組みづくりに、チャレンジして参ります!



「せとうち観光推進機構」は、地域性も歴史も異なる7県(兵庫、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛)が連携し、瀬戸内のブランド力と認知度を高め、外国人観光客を集客する事を目的に、2016年4月設立に向けて準備中です。

今回のレポートはいかがだったでしょうか?皆様のご意見をお待ちしています。

<送付先>大岩事務所 FAX:045-442-8002

住所

TEL

名前