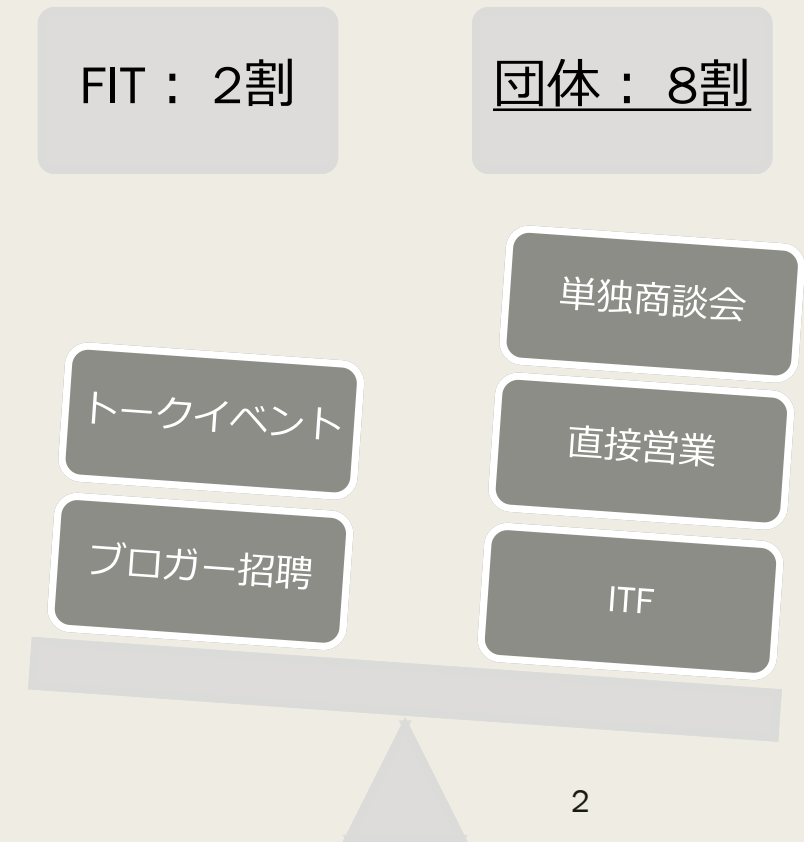


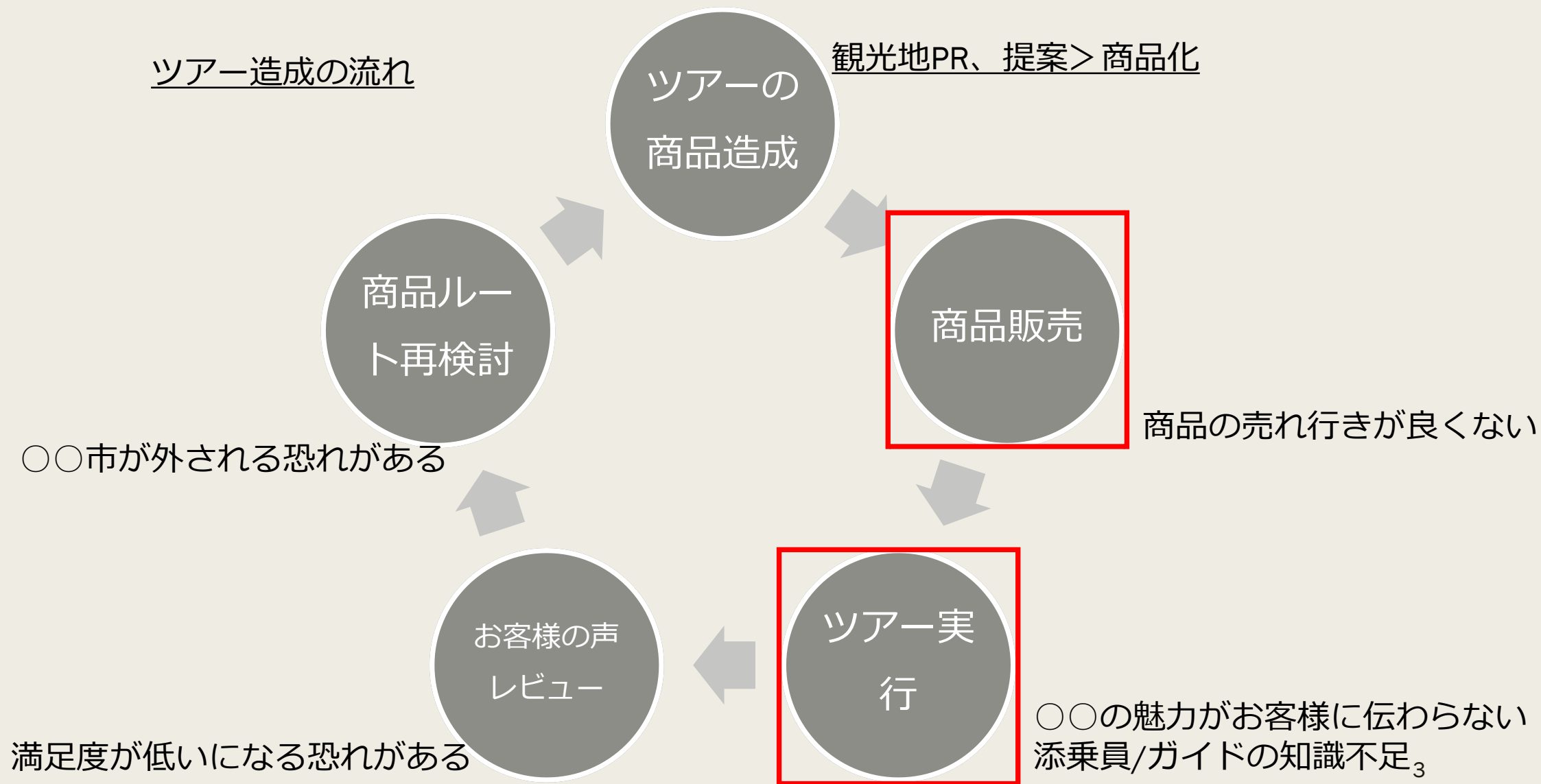


インバウンドの現状(台湾)

- 訪問営業した旅行社数(平成28年度～平成30年度)
台北：51社、 台中：35社、 高雄：31社
- ツアー商品を造成した旅行社数
20社以上
- ツアー造成の補助金利用実績
10社以上



実際の現状(台湾)



現状と課題 (個人客に対して)

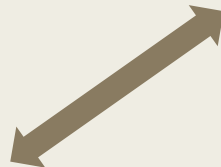
■ 課題1:

ツアー商品の売れ行きが悪い...

→ 認知度が低い、魅力が分からない > 旅行者に対してPR不足

■ 解決策:

1. メディア招聘
2. ブロガー、ユーチューバー招聘
3. 観光情報サイトの広告宣伝
4. 旅行会社と連携し、ツアー商品をPR
5. 現地イベントの出展

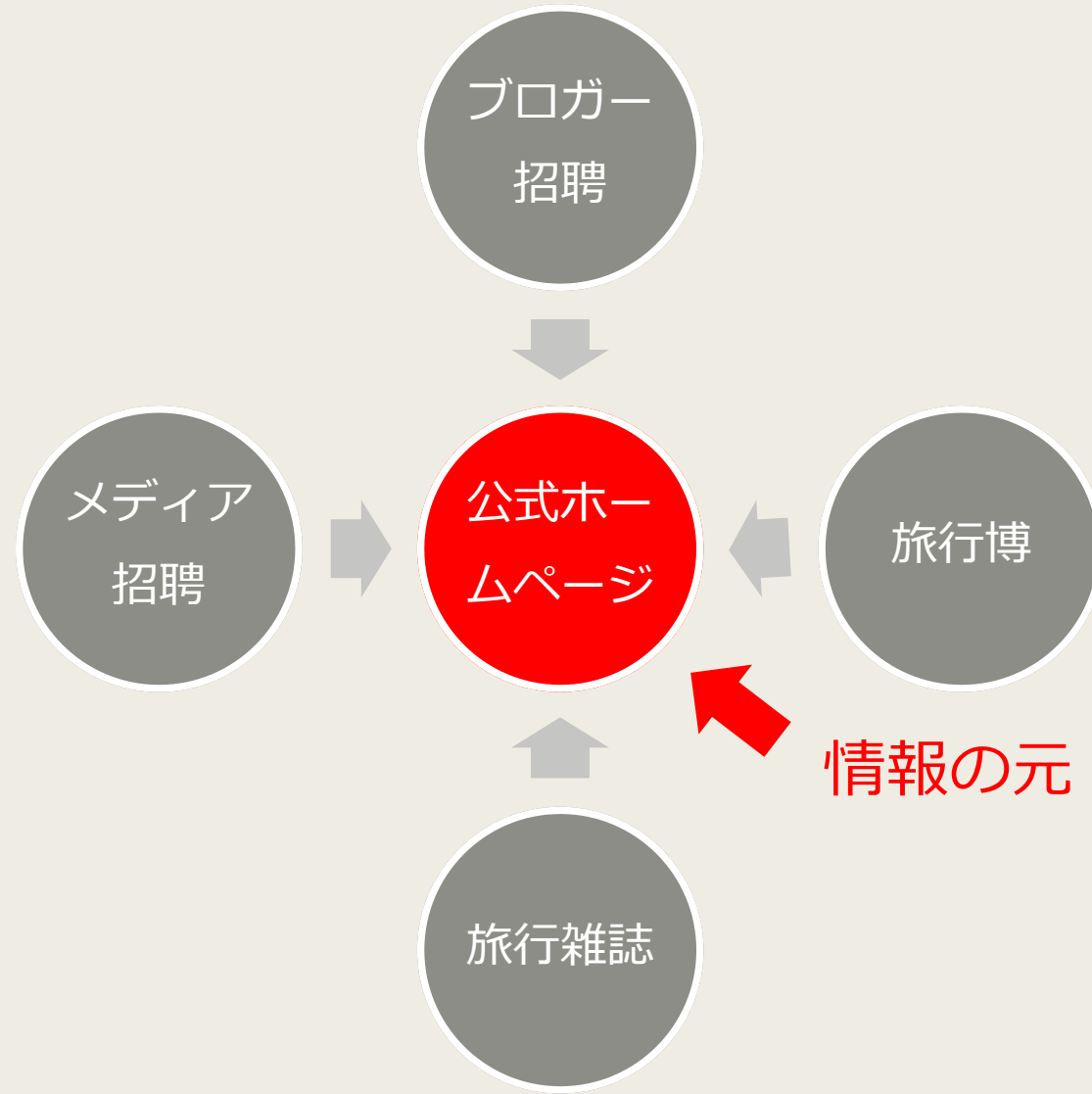


多言語対応観光公式ホームページの作成

旅行情報の収集 (オンラインが中心)

- ① インターネット検索
- ② SNS
- ③ インターネットブログ

受け入れ体制の整備として、多言語対応観光公式ホームページが最も重要であること。



現状と課題 (旅行会社に対して)

■ 課題2:

添乗員/ガイドの知識不足

→ 団体ツアーの受け入れ体制の強化

■ 解決策:

1. ○○市観光ガイドの利用促進
2. 多言語のガイド資料の作成、配布
3. モニターツアーの実施
4. ガイド講座の実施

まとめ

課題1: ツアー商品の売れ行きの改善

- 多言語対応観光公式ホームページの作成
- メディアの招聘

課題2: 添乗員/ガイドの知識の強化

- 市観光ガイドの利用促進
多言語ガイド資料の作成、配布

令和元年度

観光ガイドの利用促進
多言語ガイド資料の作
成

令和2年度

多言語ホームページの
作成

令和3年度

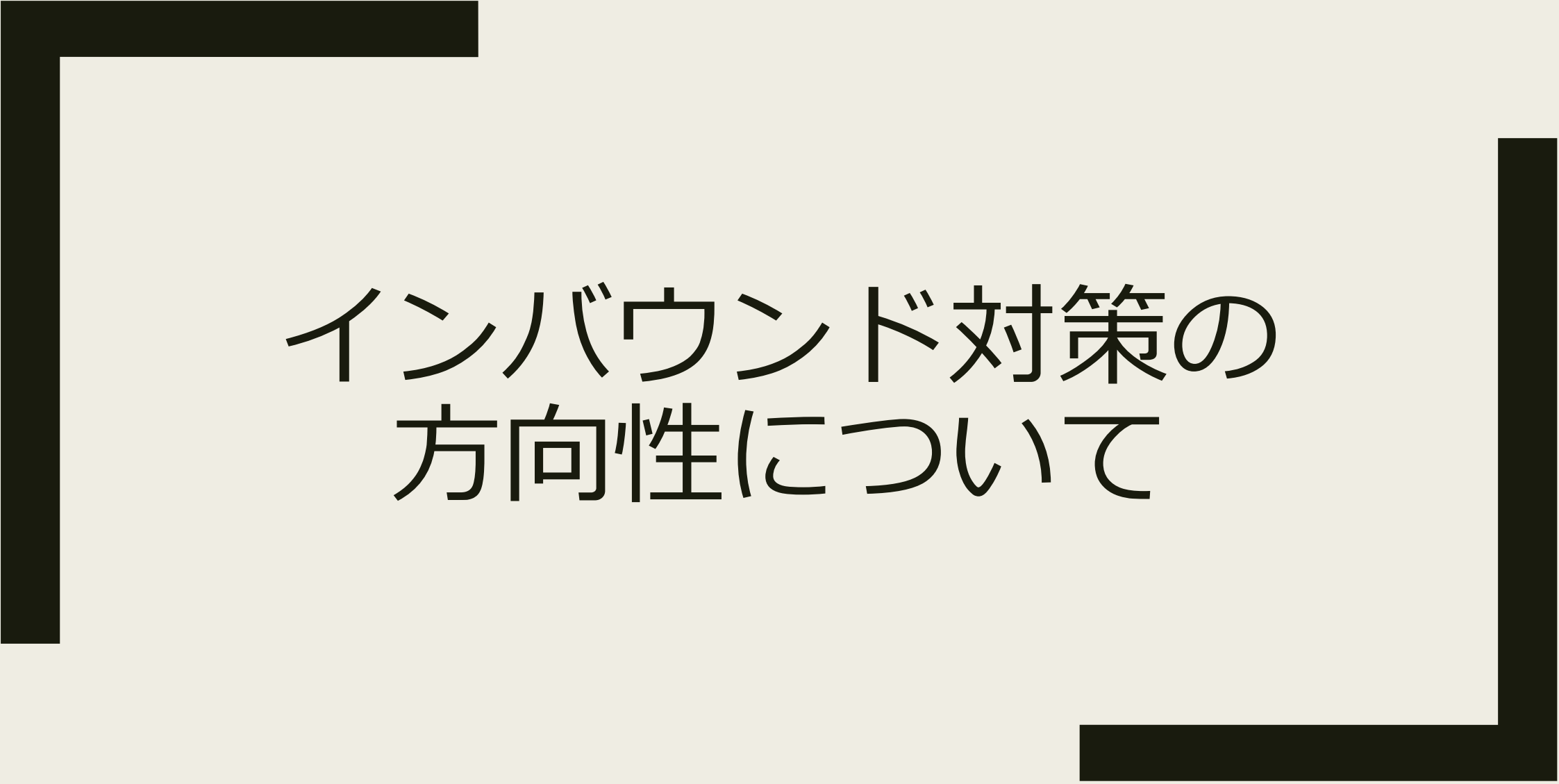
メディア招聘など周知
宣伝

令和4年度

旅行商品の定着

添乗員の知識不足改善
> 宇佐の魅力がお客様に伝わる

商品の売行改善

A large, thick black L-shaped frame is positioned on the left and bottom edges of the slide, framing the central text.

インバウンド対策の 方向性について

〇〇県に来ている訪日外国人の割合

28年度-30年度

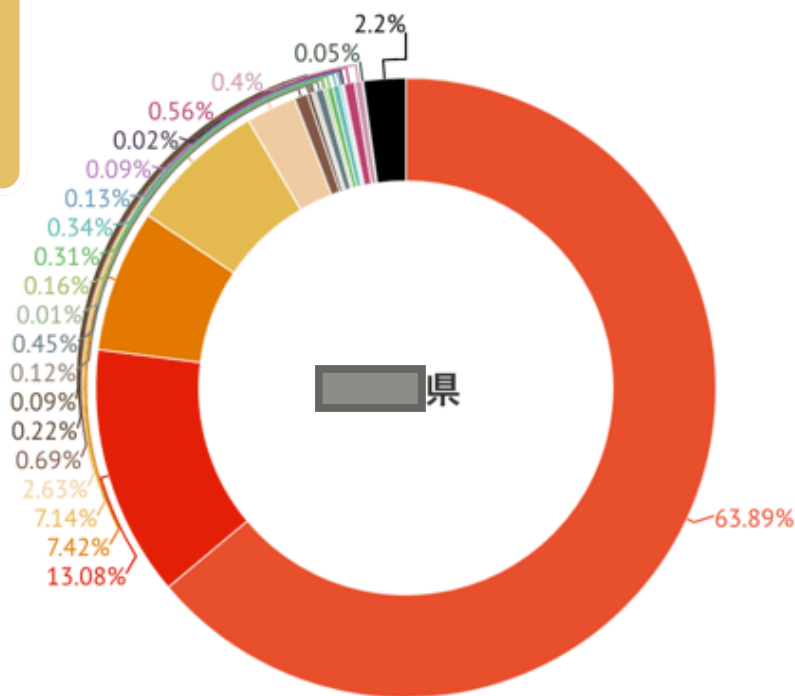
令和元年度~3年度

台湾



台湾

香港・中国



訪日ラボ
国内最大級のインバウンドニュースサイト



「中国・香港」訪日旅行の現状

- 市場調査含め、3月に香港、中国のJNTOや旅行会社へ訪問

- 個人旅行(FIT)化の拡大

中国上海:8割、 香港:9割、 台湾:6割、 韓国9割

- 役に立った情報

中国:	旅行会社HP	24%	SNS	23%	個人ブログ	20%
香港:	観光局HP	38%	個人ブログ	37%	旅行専門誌	27%
台湾:	個人ブログ	41%	観光局HP	33%	旅行会社HP	25%
韓国:	個人ブログ	61%	SNS	25%	旅行ガイドブック	22%

団体→FIT

28年度-30年度

FIT : 2割

団体 : 8割

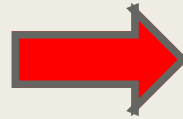
トークイベント

ブロガー招聘

単独商談会

直接営業

ITF



令和元年度~3年度

団体 : 4割

FIT : 6割

単独商談会

直接営業

メディア招聘

ブロガー招聘

トークイベント

インバウンド団体の方向性

→ ツアー商品の定着

- 台湾
ツアー商品の定着

受入体制の強化、地元にお金を落とす仕組みの作り

メディア宣伝による顧客の増加

ツアー商品の定着

- 香港
新規開拓

受入体制の強化

営業活動

新商品の開発

- 中国
新規開拓

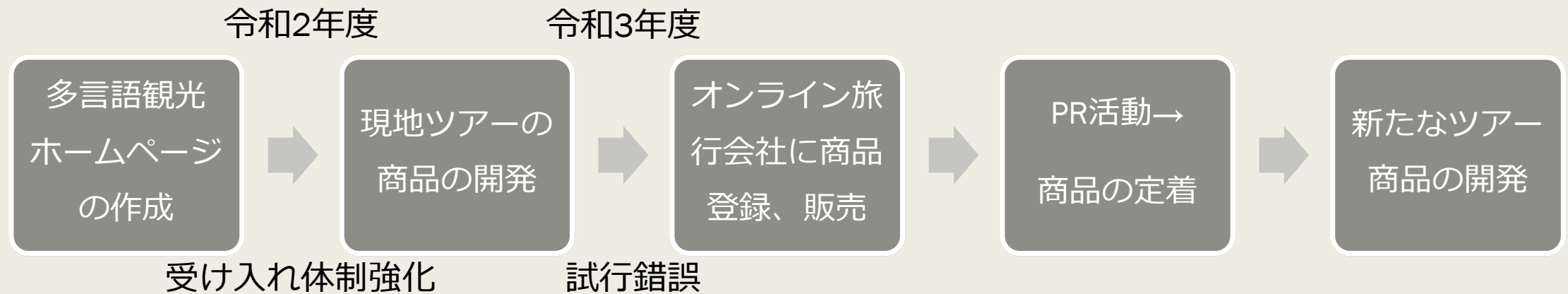
営業活動

新商品の開発、地元にお金を落とす仕組みの作り

ツアー商品の定着

観光資源の整合、新たな価値の創造

インバウンド個人客今後の方向性 →着地型商品の開発



1. 自立運営
2. 地元にお金を落としてくれる仕組みの作り