

平成30年9月

三重県のインバウンドにおける 「ゴルフツーリズム」



MIE
Once in your lifetime

三重県観光局海外誘客課長
松本 将



三重県

➤ Access

Centrair → Tsu : 45min

Nagoya → Ise : 90min

Osaka → Ise : 120min



① 伊勢神宮・伊勢志摩国立公園



② 真珠・海女



📍 Mikimoto Pearl Island



#AMA (Female Divers)

③ 伊賀忍者

#NINJA

忍者



Iga-Ryu Ninja Museum

④ 松阪牛



松
阪
牛

#Matsusaka Beef

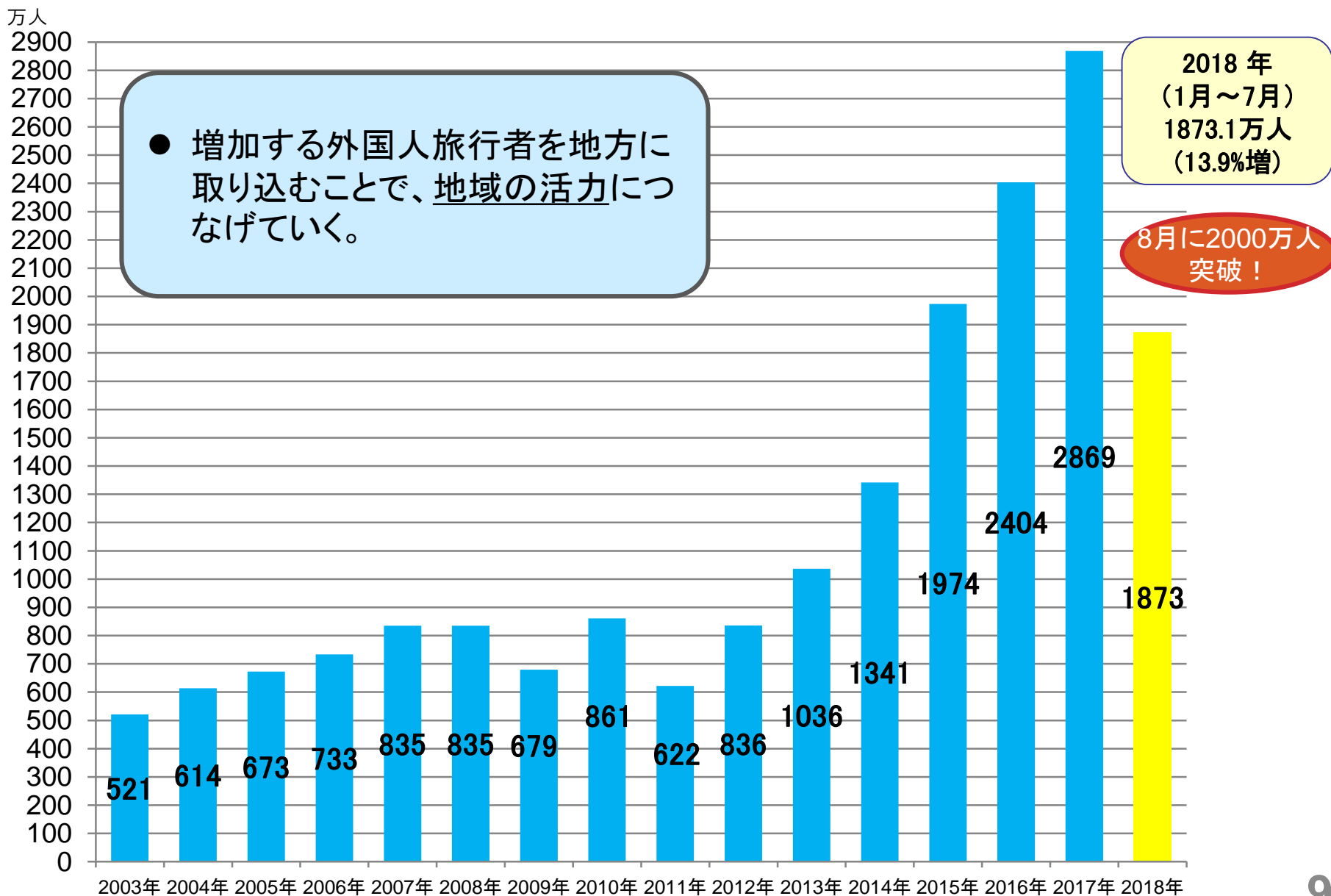


MIE
Once in your lifetime

「Mie, Once in Your Lifetime」 (一生に一度は訪れたい三重県)

- 伊勢の「夫婦岩」と「朝日」をアイコンとした新たなロゴデザイン
- 「一生に一度はお伊勢参り」と言われる日本の文化聖地であり、伊勢神宮以外にも「忍者」、「海女」、「国立公園」、「熊野古道」など、世界に誇れる一流の観光コンテンツ

日本のインバウンド概況（全国の訪日外客数）



変化する外国人旅行者のトレンド

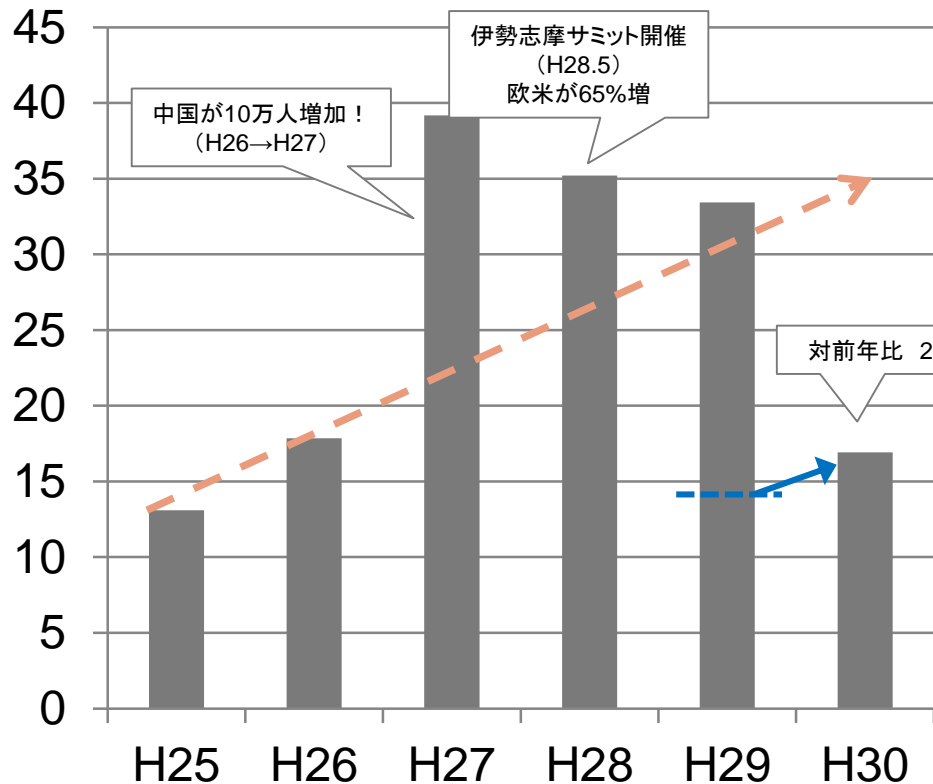
- 団体旅行から個人旅行へ
(全体の76.2%を占める個人旅行者)
 - 増加する訪日リピーター
(外国人観光客の57.7%がリピーター)
 - 欧米市場への関心
(アジアからの観光客が84.8%を占めるが、長期滞在で、一人当たり消費額の大きい欧米市場への関心が高まる。)
- より多様で、深い体験への旅行ニーズ

三重県インバウンドの現状（宿泊者数）

三重県の外国人宿泊者数

H29
確定値版

(万人)



○H27以降、外国人の宿泊者数が急増。

○H30は、前年比で約2割増。
(H30 1月-6月は169,180人(対前年同期比117.7%))

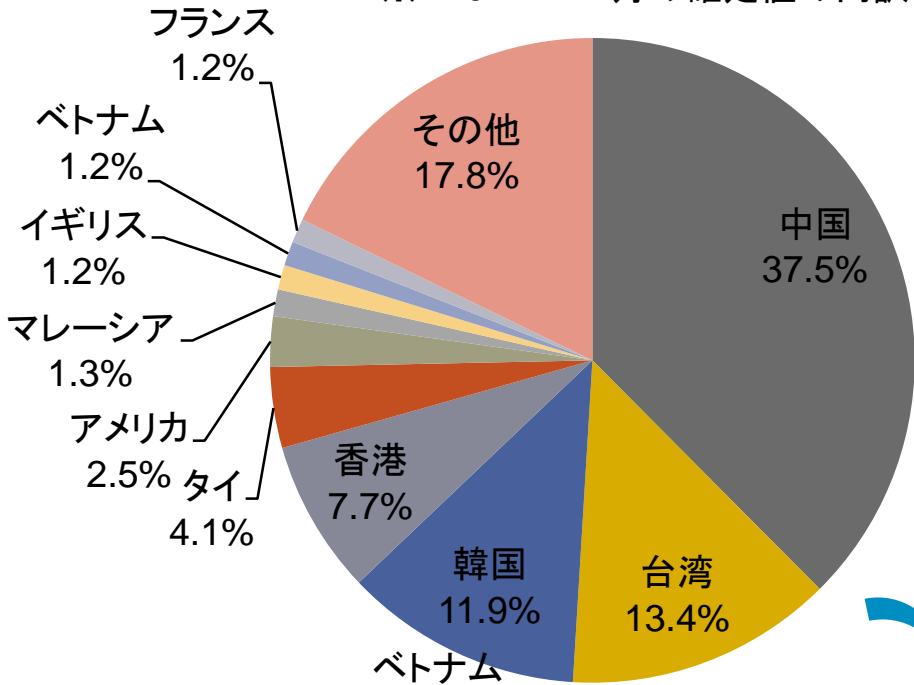
※観光庁宿泊旅行統計調査
(H30は1月-6月までの速報値)

三重県インバウンドの現状（国・地域別）

H29
確定値版

H29 外国人宿泊者（国・地域別）

※H29 1～12月の確定値の内訳



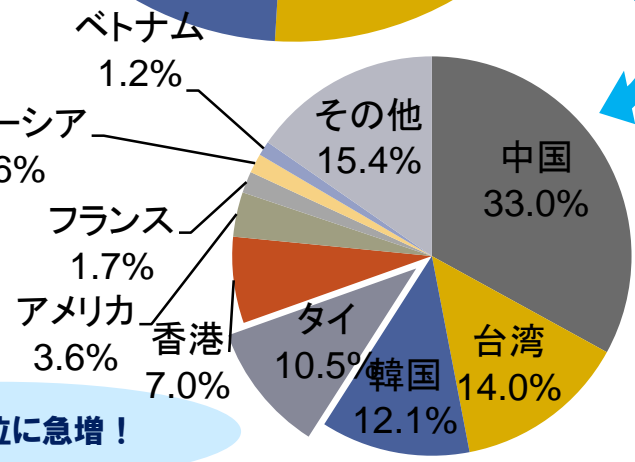
○中国、台湾、韓国、香港、タイのトップ5で全体の約3/4を占める。

○国・地域別に異なる宿泊動向。
 ・H29は、中国、韓国で微減の一方、香港、タイは過去最高の水準を記録。
 ・ゴルフ客も15%増（H28→H29）。
 ・H30は、幅広い市場で増加傾向に転じる。

- ①中国：
 ・H29は、前年比5%減の水準。
 ・H30は増加傾向（約3%増）。
- ②台湾：
 ・H29は、前年比横ばいで推移。ゴルフ客はH28の倍増。
 ・H30は、増加傾向（約14%増）。
- ③韓国：
 ・H29は、前年比7%減の一方、ゴルフ客は順調に増加（H28の1割増）。
 ・H30は、増加傾向（約5%増）。
- ④香港：
 ・H29は、前年比94%増で、過去最高の水準。
 ・H30は、さらに増加傾向（約11%増）。
- ⑤タイ：
 ・H29は、前年比50%増で、過去最高の水準。ゴルフ客もH28から増加（H28の6割増）。
 ・H30は、さらに爆発的に増加（約3.1倍！）。

H30外国人宿泊者（国・地域別）

※1～6月の速報値



タイが4位に急増！

三重県知事による海外トップセールス

○平成29年11月13日から17日、鈴木知事がベトナム(ホーチミン)、タイ(バンコク)を訪問し、それぞれの市場特性に合わせた三重県観光のトップセールス等を実施

ベトナム

【背景】

- ゴールデンルートでの団体旅行が中心のベトナムの訪日市場
→現地旅行会社との関係強化と知名度の向上が課題

【旅行会社との意見交換会の実施】

- JNTOと連携し、現地旅行会社との意見交換会を開催 (JNTOの協力を得てH29、6月に県内に招請した現地旅行会社を含む計7社が参加)
 - 県から、特に、「忍者」、「花(なばなの里)」、「買い物(アウトレット)」といった現地の関心の高いコンテンツを中心にPR
 - JNTOにおいて、三重県等で撮影された現地の人気男性アーティストを起用したPR映像を作成し、紹介
- ゴールデンルートへの組込みに向けて、引き続きJNTOと連携したプロモーションに取り組む



(現地旅行会社との意見交換)



(現地有名人を活用したJNTOプロモーション)

タイ

【背景】

- 訪日リピーターの増加により、大都市以外の地方への訪問意欲が高まっているタイの訪日市場
→県内の最新の観光情報が求められている

【観光セミナー・商談会の開催】

- 三重県観光セミナー・商談会を開催し、三重県の四季の魅力や最新の観光情報をPR(県内事業者23者、現地旅行会社22者、JNTO、計約60名参加)



(観光セミナーでの知事プレゼン)

【旅行会社へのトップセールス】

- 三重県に毎年1,000名以上を送客するタイ旅行会社(ランザ社)を訪問し、さらなる送客に向けたトップセールスを実施



(旅行会社へのトップセールス)

【SNSによる情報発信】

- 県の観光Instagram「visitmie」等を活用し、FIT向け情報発信
- 現地旅行会社やメディアと連携し現地ニーズに対応したプロモーションを展開していく



(BNK48と連携した情報発信)

H30 三重県インバウンドの取組の方向性

1. FIT向け戦略の強化

○各市場で、団体に比べて、個人(FIT)の割合が増加。FITの動向、関心を捉え、FITに選ばれる目的地としていくことが不可欠。

→重点取組①:「#VisitMie」キャンペーンの展開

2. 台湾向け戦略の見直し

○宿泊者数のボリュームでは中国が大きいですが、県内の観光施設の入込数では台湾、香港が大きな存在感。特に、FIT化が進行する台湾市場への対処が必要。

→重点取組②:「日台観光サミットin三重5周年記念観光交流事業」

3. ゴルフツーリズムを核とした新たな需要開拓

○ゴルフの外国人の入込客数は好調(対前年同期比で15%増加)。韓国と台湾が大部分を占めるが、徐々に他の市場にも広がりにつつある。日本初開催となるゴルフコンベンション(JGTC2018)の開催を契機に、特に、欧米豪からの新たな需要を開拓。

→重点取組③:ゴルフツーリズムを核とした新たな需要開拓

重点取組①「#VisitMie」キャンペーンの展開

- 近年、日本を訪れる外国人旅行者の旅行形態が個人旅行(FIT)へとシフトしており、個人旅行者層をいかに取り込むかが重要。
- 増加するFITの動向、関心を的確に捉え、地域ならではの体験を充実させるとともに、SNSでの情報拡散を図ることが不可欠。

平成30年度の取組

- 日本を訪れる外国人旅行者の旅行ニーズの多様化や、地域の特色を生かした体験型観光への需要の高まりに対応した取組を推進。

外国人旅行者調査

- FIT化により、旅行者のニーズ、行動パターンが多様化。
- 本県来訪の外国人観光者の動向やニーズを把握するための調査を実施。

外国人向け体験プログラム

- 外国人旅行者(FIT)の誘客に当たって、自然・文化等、その地域ならではの魅力が体験できる体験プログラムの有無が、重要となっている
- 海外のニーズを踏まえた体験プログラムの充実を図る。

「#VisitMie」SNSキャンペーン

- 個人旅行者の情報源としてInstagram等のSNSが重視されている。
- Instagramを活用した写真投稿参加型の「#VisitMie」キャンペーンを展開し、三重県旅行者自身による口コミ情報の拡散を促進する。

○ これらの取組を通じて、FITに選ばれる目的地として三重県の観光プロモーションを推進

VisitMie SNSキャンペーンの展開

『 # VisitMie 』SNSキャンペーン

○海外向け情報発信力の強化

- ・Instagram VisitMie のフォロワー数が約1.1万人と順調に成長中(3言語)。さらに発信力のある媒体に育てていくとともに、地域と一体となった情報発信を展開。
- ・これまでの「#VisitMie」での投稿数9,400件(H30 9月時点)。旅行者や県内から楽しく投稿してもらえる環境を作ることで、口コミをさらに拡散。



- Visitmie フォロワー数：約1.1万人
- #Visitmie 投稿数：約9,400件



キャンペーン展開を通じて、

- ① 発信体制・発信力強化
- ② 投稿素材の収集
- ③ 地域のブランディング

○事業内容(案)

① 「 # VisitMie 」投稿キャンペーンの実施

- ・キャンペーンロゴ、キャッチフレーズを設定し、地域のブランドイメージを広める。
- ・「#VisitMie」投稿キャンペーンを実施し、SNS上で魅力を拡散。

② 情報発信体制の確立

- ・発信に協力頂けるカメラマン、留学生等と連携した情報発信。

③ 海外向け情報発信・ブランディング

- ・投稿素材を活用し、海外向けに情報発信。
- ・三重県観光のブランディングにつなげていく。

→ キャンペーン第一弾を9月末から12月上旬、第二弾を12月上旬から3月に実施予定。

重点取組②「日台観光サミットin三重5周年記念観光交流事業」

- 2013年の日台観光サミットの三重県での開催から5周年となる機会をとらえ、台湾との観光交流を強化。特に、急速に個人旅行(FIT)化が進む台湾市場に対応した取組を推進。

平成30年度の取組

“VisitMie”PRアンバサダー

- 三重県への旅行に興味のある台湾人を「”Visitmie”PRアンバサダー」に委嘱し、一般の台湾人旅行者目線での旅行記事をブログで発信。

台湾向けメディアとの連携

- 台湾人が訪日旅行の際の情報収集によく利用されるウェブ・SNS等オンラインにおいて、三重県の観光情報を効果的に発信して誘客に繋げる。

台湾ランタンフェスティバル

- 台湾観光局主催の台湾ランタンフェスティバルに出展し、ハイレベルでの交流を行うことで、台湾観光局との関係を強化し、三重県への誘客を図る。



【台湾現地の訪日旅行情報サイト】



【2017年度の三重県ランタン「熊野古道」】

○ FITをターゲットとした事業展開により三重県の認知度の向上及び誘客促進を図る。

“VisitMie PRアンバサダー”事業の展開

○三重県への旅行に興味のある台湾人を「Visitmie PRアンバサダー」として募集し、一般の台湾人旅行者目線での旅行記事をブログで発信する。

『VisitMie PRアンバサダー』キャンペーン

① 募集

- ・台湾で閲覧者数が多い訪日メディア「ラーチーゴー！日本」とコラボし、台湾人からアンバサダーを募集。（「公募」することによる話題化）
- ・9月、現地での記者発表会で発表。
→応募開始から1週間で2千件以上の応募が殺到。

② 選考

- ・一定のSNS発信力や、家族、女子旅、カップル等ターゲット層に応じて相応しい人材を選定（10月中）。
- ・応募者に対するアンケート調査を行うことで、三重県への観光や興味に関するデータを蓄積。

③ 招待

- ・実際に三重県旅行へ招待し、台湾人目線で旅行、情報発信（11月）。ライターも同行し、取材。

④ 発信

- ・台湾人FITの関心・テイストにあったトーンで、記事化し、ウェブで情報発信（12月）。



吉日媒體集團
gileelee media group



松阪牛

重点取組③ ゴルフツーリズムを核とした新たな需要開拓

- ゴルフの外国人観光客が順調に拡大(H29は昨年同期比で15%増)している現状を踏まえて、ゴルフツーリズムの推進により、さらなる需要拡大に向けたプロモーションを展開。

平成30年度の取組

「日本ゴルフツーリズムコンベンション」の開催

- 日本初開催となる「IAGTO第一回日本ゴルフツーリズムコンベンション(三重県開催)」の好機をいかし、特に、富裕層やスポーツに関心のある欧米からの誘客を図る。
- コンベンションにおいて、ゴルフデスティネーションとしての日本のPRを行うとともに、海外バイヤーが参加するプレファム、ポストファムを実施し、各地域のゴルフ場及び観光資源のPRを行うことで、日本のゴルフデスティネーションの魅力向上を図る。

【JGTC概要】

実施時期：2018年9月28日～10月6日

参加人数：120社・団体

海外バイヤー60社・団体（欧米豪からの参加申込みが9割）

国内サプライヤー60社・団体



○ ゴルフツーリズムの推進により、欧米市場をはじめとした新たな需要を開拓し、三重県での滞在、誘客につなげていく。

「日本ゴルフツアーリズムコンベンション(JGTC2018)」

月日	行程
9月28日(金)	(午前) 空港・各地から三重県へ移動 県内視察 ・ナガシマカントリークラブ ・なばなの里 地元歓迎夕食会(ホテル花水木) ホテルナガシマ(泊)
9月29日(土)	県内視察 ・津カントリー倶楽部 夕食交流会(津カントリー倶楽部) ホテルグリーンパーク津(泊)
9月30日(日)	県内視察 ・富士 OGM エクセレントクラブ伊勢大鷲コース ・海女小屋はちまんかまど ・ミキモト真珠島 地元歓迎夕食会(鳥羽シーサイドホテル) 鳥羽シーサイドホテル(泊)
10月1日(月)	県内視察 ・横山展望台 IAGTO 交流ゴルフトーナメント(NEMU GOLF CLUB) 表彰式・ウェルカムレセプション(地元歓迎夕食会) 志摩観光ホテル(泊)
10月2日(火)	開会式 商談会 コンベンションランチ 商談会 セミナー JGTCディナー 志摩観光ホテル(泊)
10月3日(水)	県内視察 ・伊勢神宮、おはらい町 (午後) ポストファム会場へ移動 ポストファム(静岡県、滋賀県、沖縄県)
10月4日(木)	ポストファム
10月5日(金)	ポストファム
10月6日(土)	ポストファム終了後、空港へ移動・帰国

○JGTC2018の詳細行程を発表！

○東京オリンピック・パラリンピック等に向けて、日本への旅行ニーズが高まる中、三重県内の幅広い地域のゴルフと観光の魅力を世界に向けてPRする絶好の機会。

○これまでの国別の取組ではアプローチできなかったゴルフ旅行に関心のあるコミュニティに向けたプロモーション機会。



JGTC

Mie Prefecture
1-3 October 2018

みえゴルフツーリズム推進協会(MGTA)



平成 27年7月

三重県外国人観光客誘致促進協議会内に
「みえゴルフツーリズム促進部会」を新設

平成 28年9月

「みえゴルフツーリズム推進協会」に組織改正
会費徴収・目的の明確化・事業推進体制の強化

【概要】

三重県内の22のゴルフ場を中心に、宿泊施設、観光施設、交通事業者、旅行会社など、約50団体で構成。



【主な活動】

(海外プロモーション) 国際商談会への出展、各市場キーパーソン招請事業の実施 など
(MOU事業) フレンドリーゴルフツアーの実施、タイとの交流事業の実施 など
(PR事業) パンフレット・映像制作、SNSの運営 など

タイ・パタヤとの関わり



平成 27年11月

知事ミッションにおいてパタヤのEGA(The East Coast Golf Courses Management Association)を訪問



【EGA】

ゴルフを活用した地域振興のため、パタヤ市近郊の20のゴルフコースをメンバーに結成された非営利団体。

地元パタヤ市や経済界と連携を行いながら、ゴルフ・デスティネーションとしての知名度と集客力向上に寄与している。

パタヤは長い間ビーチリゾートとして知られてきたが、今はゴルフリゾートとしての知名度が上回るほどになった。

平成 28年 2月

平成27年11月の知事ミッションを受けて、タイのEGA関係者を三重県に招請。「ゴルフツーリズムの地域間連携の促進に係る覚書」を調印。





平成29年度の活動①

平成 29年 5月
7～8日

AGTC (Asia Golf Travel Convention) 2017 (ベトナム・ダナン)に出展



16～20日

タイからゴルフツアー135名が来県





平成29年度の活動②

平成 29年 9月11～15日

三重県ゴルフツアーを
パタヤに送客



23～27日

三重県としてパタヤのゴルフフェスティバルに参加(アマチュア選手権、
キャディ選手権に三重チーム派遣)





平成29年度の活動③

平成 29年12月11～14日

IGTM (International Golf Travel Market) 2017に出展 (フランス・カンヌ)



平成30年度の活動①

平成 30年4月22～24日

AGTC (Asia Golf Travel Convention) 2018 (マニラ)に出展

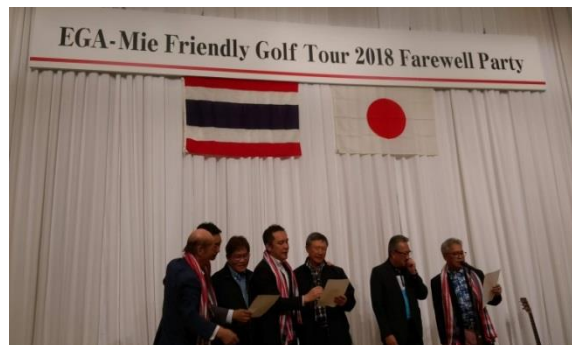




平成30年度の活動②

平成 30年5月7～11日

タイからゴルフツアー
86名が来県



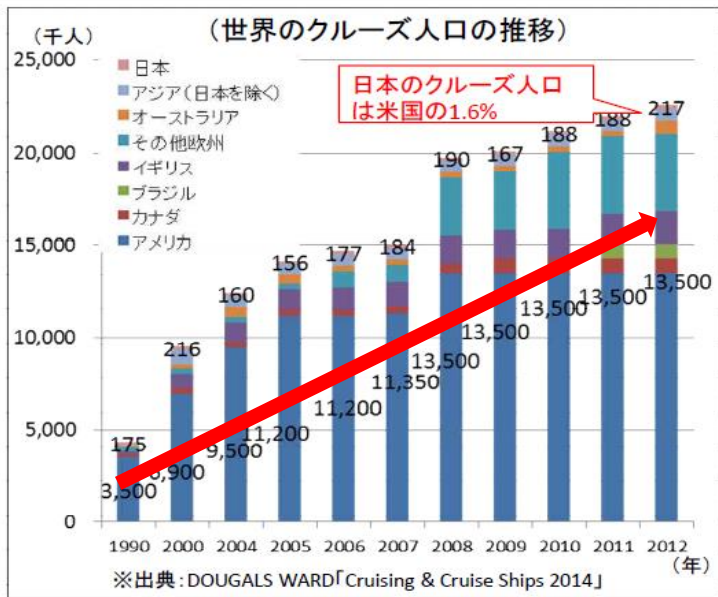
平成 30年6月24～27日

North America Golf Tourism Convention
に参加



(参考) クルーズ船の誘致・受入

四日市港へのクルーズ船の誘致・受入を推進



	人口 (A(万人))	クルーズ人口 (B(万人))	クルーズ人口比率 (A/B(%))
アメリカ	31,387	1,350	4.30%
イギリス	6,370	178	2.79%
日本	12,756	22	0.17%

※出典: The World Bank(人口)、Cruising & Cruise Ships 2014(クルーズ人口)(2012年1月1日現在)



さらに、岐阜県、愛知県、滋賀県や奈良県への周遊も可能

誘致・受入活動

- 官民一体の「四日市港客船誘致協議会」を中心に誘致活動を実施
- コスタ ネオロマンチカ(1月2日)、ダイヤモンド・プリンセス(6月~11月)が初めて寄港することが決定!
- 同じ県内の鳥羽港とも併せ、引き続き誘致を推進
- 三重県クルーズ振興連携協議会の設立(4月)



ダイヤモンド・プリンセス (乗客定員 2,706人)



「コスタ ネオロマンチカ」初寄港歓迎セレモニー (平成30年1月2日)

寄港時の一般来場者数 約4,400人



(参考) 期待が高まる県内観光トピックス

◎伊勢志摩国立公園 横山展望台リニューアル

- 伊勢志摩国立公園、横山展望台の展望デッキがリニューアル。「天空カフェテラス」が8月にオープン予定。



◎「三井アウトレットパーク・ジャズドリーム長島」増床

- 店舗数302店舗、店舗面積45,700m²を誇る店舗数・店舗面積日本一のアウトレットへ

29年9月25日
スケールアップオープン



◎湯の山温泉開湯1300年 御在所ロープウェイ開業58周年

- 2018年4月～2019年3月
- 歴史と湯の旅 湯の山～歴史の浪漫が漂う豊かな観光資源と食、文化拠点地として更なる発展へ～
- 新型ゴンドラ10両導入、7月リニューアルオープン



◎高田本山専修寺 御影堂、如来堂国宝指定

29年11月28日
国宝指定



(御影堂)



(如来堂)

- 県内の文化財国宝指定は54年ぶり
- 建造物では、初の国宝指定

Instagramで投稿! 素敵な商品をゲットしよう!
「^{ハッシュタグ}#visitmie」を付けて



MIE

Once in your lifetime

三重県の おいしい! たのしい! うつくしい! を
Instagramで投稿しよう!



#visitmie

投稿 キャンペーン

第1回 2018.9.26 - 2018.12.3

第2回 2018.12.4 - 2019.3.3



キャンペーンに関する詳しい情報は、webサイト・各種公式SNSページをご確認ください。

<https://visitmie.jp/ja>



@visitmie



@kankomie



<https://www.facebook.com/kankomie.or.jp/>

