

# インバウンド施策

# 外国人誘致の経緯及び実績について

- 2015年6月からアジア圏を中心としたインバウンドプロモーションを本会から各場へ発信
- 上記に連動した在日外国人プロモーションを平和島と住之江をモデル場として実施
- 2017年度～2020年度迄に、年間で訪日観光客数4,000万人/リピーター数2,400万人/消費額8兆円  
(2017年3月観光立国推進基本計画改定)

## <方針ポイント>

### 1. 中国本国に向けた情報発信

『在日外国人ツアー実績』 (2018年10月現在)



平和島(延べ764名)		
2015.8.22 49名	2015.11.3 51名	2016.1.16 47名
2016.2.20 46名	2016.7.30 87名	2017.2.18 109名
2017.6.10 83名	2017.7.14 11名	2017.9.16 38名
2017.11.18 90名	2018.3.3 31名	2018.6.30 95名
2018.9.15 27名		

蒲郡(延べ170名) ※2018.11.3は予定		
2017.7.22 60名	2017.2.3 60名	2018.11.3
住之江(述べ583名)		
2016.1.23 60名	2016.3.19 55名	2016.5.14 60名
2016.7.16 55名	2016.12.23 35名	2017.1.14 50名
2017.5.3 90名	2017.11.3 40名	2018.1.21 33名
2018.9.8 35名	2018.10.13 70名	

『インバウンド(中国系、及び韓国人) ツアー実績』 (2018年10月現在)

	平和島		蒲 郡	福 岡			
日程	2016.11.28	2016.12.16	2016.11.9	2017. 2.25	2017.10.24	2018.3.9	2018.5.13
人数	30名	30名	30名	24名	39名	19名	16名

# 外国人誘致プロモーションについて

## 2. 受け入れ体制の整備

外国人受け入れに必要な以下の4点のツールのパッケージ化を各場に提起及び依頼

1. 独立した観戦施設の提供
2. 場内サイン掲示
3. 通訳とインバウンドスタッフの確保
4. リピーター対策(事業の継続)

※その他にHPの多言語化の推進、外国人向けマークカード対応



### <具体的施策案>

#### (1) プロモーション戦略

訪日 & 在日中国人に効果的にリーチするには、中国版GoogleやLINEへの対応が不可欠。在日中国人に対し、WeChat等でレース場見学ツアーを行い、彼らのボート体験を経て中国人が訪日情報収集に多く活用する媒体(Baidu等)へあげること訪日促進を狙うことが可能

#### (2) モデル場の選定

日中間の就航路線拡大を図る中国南方航空の拠点エリアと近隣場

以下、線表



就航エリア	2016	2017	2018	2019	2020
中部国際空港	 <b>【SNSによるアジア圏等に向けた訪日情報の発信】</b> <b>【インバウンド調査・試行】 【本格稼働・継続】</b> <b>【受け入れパッケージツール作成】</b> 11.9 蒲郡				
福岡空港		2.25福岡	10.24福岡	3.9福岡	5.13福岡
羽田空港	11.28平和島	12.16平和島			
関西国際空港					

# 外国人誘致プロモーションについて

## 訪日中国人の情報取得に関するアンケート結果

アンケート

訪日中国人300名・複数回答※2016年に本会が(株)NTTデータに依頼した実施結果



- 訪日前～中を通して、情報収集に多く使われる媒体は“**ネット**”
- 中でも多く使われるのは“**中国版Google**”。記事・動画等を検索

- 口コミも多用。拡散効率が高いのは“**中国版Line**”