

Yokoso! JAPAN

ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC)の更なる推進!

観光庁 国際交流推進課
北海道運輸局 国際観光課

ビジット・ジャパン・キャンペーン

2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人にするとの目標の達成に向け、我が国の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成などを支援するビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)を官民一体となつて推進しています。

日仏観光交流年を活用した取組み

日本を訪れたフランス人旅行者はVJCをスタートさせた2003年から07までの5年間で、8・5万人から13・8万人(約62%増)へと大幅な伸びを見せています。このような状況の中で、日仏相互交流の更なる拡大を図るため、2008年が日仏外交関係樹立150周年であることちなみ、日仏両国間で2008年を「日仏観光交流年」に設定し、両国における観光交流の促進に向けた多くの取組みを行いました。

日本国内では、既に高く認知されている京都・高山につながる旅行目的地として潜在的な需要を備えた地域と考えられる金沢、熊野・高野山、宮島、直島の4地域を重点地域に設定し、フ

ランス政府観光局や自治体などと連携しつつ、これまでさまざまな観光プロモーションを進めてきました。具体的には、日本政府観光局(JNTO)とフランス政府観光局とで協力して展開したパリ・東京における同時交通広告キャンペーンや、ミシュラン観光ガイド緑版制作支援、JNTOサイト内での特設ウェブページの開設など幅広いメディアを通じ日本の観光魅力を積極的に発信するPRキャンペーンを実施しました。



「日仏観光交流年」をPRする車体広告(ラッピング)バス



パリ地下鉄でのPR(ポスター写真は兼六園とルーブル美術館)



北海道運輸局における取組み

北海道を訪れる外国人旅行者のうち、宿泊延べ人数ベースで見ると、年間の約4割にあたる方々が12月から3月までの冬季に訪れており（北海道庁調べ）、外国人の方々にとっては北海道の冬・雪が大きな魅力のひとつとなっています。

しかしながら、この傾向は昔からあるものではなく、例えばスキー目的にニセコを訪れるオーストラリア人が急増したのは、ほんの5〜6年ほど前の

ことであり、欧米においても2〜3年ほど前までは全く知られていませんでした。

そのため、2007年には新たな市場開拓として、スノースポーツ旅行市場としては120万人であり、新たなスキー旅行地を求めていたイギリスで開催された「Metro Ski & Snowboard Show 2007」というスキー旅行博に官民共同の北海道ブースを出展しました。この旅行博出展により、05年の時点では「スキーで行ってみたい国」のラン

クに日本の名前は無かったのですが、07年には8位に登場しています（旅行博主催者調べ）。

また、道内主要スキーリゾートホテルの集計によると、07年度のスキーシーズンにおけるヨーロッパ旅行者の宿泊延べ人数は、3800人泊とその前のシーズンの2・2倍に急増しており（外国人全体でも8・3万泊。前シーズンの1・5倍）、このことからこの旅行博出展事業は、大きな成果をあげたと言えます。

更なる取組みとして、08年4月にはオール北海道でスキー・スノーアクティビティを切り口とした外国人旅行者誘致を進めていくため、北海道運輸局が主導して官民一体の組織「北海道スキープロモーション協議会」を設立しました。今年度は同協議会が主体となって、更なる認知度向上を図るために海外スキー旅行博への出展や、海外メディアや海外旅行会社の招請などの外客誘致事業を展開しています。



北海道の雪は外国人にとって大きな魅力
(© Furano Tourism Association/© JNTO)



イギリスのスキー旅行博でにぎわう北海道ブース（2008年）