

# 本日の議題

## 1. 推進会議の目的

## 2. 本事業の全体像

---

## 3. 報告パート

---

マーケティング調査の概要

---

## 4. 検討パート

---

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

---

(2) 今後の取り組み

---

# 本会議では『「楽しい国日本」検討会議』の提言を踏まえ、地方への誘客や消費拡大に資する体験型観光コンテンツ充実のための各種検討を実施する

## 推進会議の目的

### 背景

- 2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、消費額8兆円という目標を掲げており、旅行者数は堅調に推移しているものの、消費額が伸び悩み、一人あたり消費額は目標の20万円に比して現状では15万円程度と開きがある
- 更なる消費促進のため、他国と比して消費支出割合の低い娯楽サービス費(体験消費)の増加を目指し、2017年度に『「楽しい国 日本」の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議』を設置し、2018年3月に提言が取りまとめられた
- この提言を踏まえ、歴史や文化だけにとどまらない新たな観光資源の開拓、外国人向けコンテンツの充実、受入環境整備、対外発信の強化等に繋げるための、官民のそれぞれの主体が取り組むべき具体策の検討・実施が求められている

### 推進会議の目的

- 訪日外国人旅行者の地方への誘客や消費拡大に資する体験型観光コンテンツ充実のため、本事業にて実施する各種調査の進め方について意見・助言を得るとともに、調査結果に基づき、各テーマごとの課題や課題解決の提言としてのガイドラインの方針等について検討する
- 本事業での調査結果を踏まえつつ、体験型観光コンテンツ充実に向けた次年度以降の取り組みを検討する

# 本日の議題

---

1. 推進会議の目的

2. 本事業の全体像

3. 報告パート

---

マーケティング調査の概要

---

4. 検討パート

---

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

---

(2) 今後の取り組み

---

# 本事業では、観光コンテンツのニーズ調査及び各種観光体験(テーマ)ごとの課題調査・モデル事業を実施し、最終的には観光活用に向けたガイドラインを作成する

## 本事業の全体像

実施事項	実施目的	
<p>地域活性化に向けた観光コンテンツ拡充推進会議</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 訪日外国人旅行者の地方への誘客や消費拡大に資する体験型観光コンテンツ充実のため、本事業にて実施する各種調査の進め方について意見・助言を得るとともに、調査結果に基づき各テーマごとの課題や課題解決の提言としてのガイドラインの方針等について検討する</li> </ul>	
<p>観光コンテンツ市場全体のマーケティング調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 我が国において今後の消費機会の拡大が期待できる観光コンテンツを把握するために、外国人旅行者のコト消費の傾向やニーズ、具体的なコンテンツ等について明らかにする</li> </ul>	
<p>各種観光体験(テーマ)ごとの調査・モデル事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 最先端ICTを活用した観光</li> <li>● 潜在的な観光資源             <ul style="list-style-type: none"> <li>・自然体験</li> <li>・ビーチ</li> <li>・お祭り</li> <li>・美容サービス</li> </ul> </li> <li>● 夜間の観光資源</li> </ul>	<p>調査事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各種観光体験(テーマ)ごとの、市場概況(規模・ニーズ等)を整理する</li> <li>■ 各種観光体験(テーマ)ごとの、観光活用に向けた課題(コンテンツ開発時の留意事項等)を整理する</li> </ul>
<p>モデル事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各種観光体験(テーマ)ごとに、地方への誘客や消費拡大に資する新たな体験型観光コンテンツを造成する</li> <li>■ 各種観光体験(テーマ)ごとに、一部地域で実施されている取組をもとにビジネスモデル化を目指す</li> </ul>	
<p>協議の場</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自然体験・ビーチ・夜間の観光資源の3テーマは、各テーマに関する有識者等で構成する協議の場を設置し、各種調査結果・モデル事業の実施結果をもとに各課題への対応について検討する</li> </ul>	
<p>観光活用に向けたガイドライン等の策定・展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地方展開を見据え、地域のDMO・自治体職員、民間事業者等を想定利用者とする観光コンテンツ造成等のためのガイドラインを作成する</li> </ul>	

調査事業・モデル事業で得られた示唆をまとめたガイドラインを通して、外国人に魅力ある観光コンテンツを充実させ、その消費機会を増やすことで、外国人旅行者1回滞在当たりの旅行消費額の増加を図る

# 推進会議は各種調査・モデル事業の実施期間等を考慮し、 「9月中旬」・「11月中旬」・「2月初旬」の計3回開催する予定である

## 全体スケジュール

	2018年							2019年			
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
マイルストーン				本日 ★推進会議①		★推進会議②		★推進会議③	★成果報告会		
<b>観光コンテンツ市場全体のマーケティング調査</b>											
デスクトップ調査・ヒアリング調査	調査企画	実施			とりまとめ						
Webアンケート調査(訪日外国人定量調査)	調査企画		実施			とりまとめ					
<b>各種観光体験(テーマ)ごとの調査・モデル事業 (最先端ICTを活用した観光・潜在的な観光資源(自然体験・ビーチ・お祭り・美容)・夜間の観光資源)</b>											
各種課題等に係る調査事業	調査企画	実施					とりまとめ				
モデル事業の実施、評価・検証等			公募・決定		事業準備・実施・評価・検証			とりまとめ			
協議の場の設置・運営		設置・運営									
調査結果を踏まえた今後の対応方針の検討								今後の方針検討			
<b>観光活用に向けたガイドライン等の策定・展開</b>											
ガイドライン、優良事例集等の策定							構成検討	作成			
成果報告会の開催					企画	準備					

第1回推進会議(本日)は、本事業の趣旨・全体像の説明、モデル事業の選定結果・各種協議の場の検討結果の報告、及び今年度の事業内容・今後の取り組みについて検討する

各推進会議の主な報告事項(案)

	主な内容	開催時期
第1回 推進会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 推進会議の目的・本事業の全体像の説明</li> <li>■ 報告パート               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ マーケティング調査の概要</li> </ul> </li> <li>■ 検討パート               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 今年度の事業内容</li> <li>➢ 今後の取り組み</li> </ul> </li> </ul>	2018年9月13日 (本日)
第2回 推進会議	<p>【現時点での案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 調査事業について               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Webアンケートの分析結果報告</li> <li>➢ 各テーマの調査結果の中間報告</li> </ul> </li> <li>■ モデル事業について               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 進捗状況の報告</li> </ul> </li> </ul>	2018年11月19日 (確定)
第3回 推進会議	<p>【現時点での案】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 調査事業について               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 調査結果の最終報告</li> <li>➢ ガイドライン作成に向けた協議</li> </ul> </li> <li>■ モデル事業について               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 進捗・完了状況の報告</li> </ul> </li> </ul>	2019年2月初旬 (予定)

※推進会議の1ヶ月前を目安に報告事項を決定する

# 本日は、主に「今年度の事業内容」、「今後の取組み」について有識者の皆様からご意見を伺う予定である

## 検討パートの論点(詳細)

### 【論点①】 今年度の 事業内容について

- ✓ 本事業の趣旨・目的を踏まえたうえで、各テーマごと(若しくは全体)の「調査方針」・「課題(仮説)」等について、各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい

### 【論点②】 今後の 取組みについて

- ✓ 訪日外国人の消費額の増加に向けて、今後我が国において求められる観光施策について、マーケティング調査結果やモデル事業の進捗等を踏まえつつ、次回以降の推進会議において各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい
- ※本事業では次年度以降の取組みとして「各種コンテンツの情報発信(プロモーション)」や「各コンテンツにおける発信主体の検討・育成」を予定している

# 本日の議題

---

1. 推進会議の目的

---

2. 本事業の全体像

---

3. 報告パート

マーケティング調査の概要

4. 検討パート

---

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

---

(2) 今後の取り組み

---



# 調査で把握すべき事項の考え方として、マーケティングの主要要素である4P及び対となる4Cの観点から整理を行い、デスクトップリサーチ、WEBアンケート、ヒアリングの3手法を複合的に活用して情報を収集する

## マーケティング調査の全体像

マーケティング調査の観点		調査項目	デスクトップ <sup>o</sup>	アンケート	ヒアリング <sup>o</sup>
需要 4C	顧客にとっての価値 (Customer Value)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場規模</li> <li>市場のトレンド</li> </ul>	✓		✓
		<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人旅行者に人気の観光コンテンツ、渡航先、エリア</li> <li>外国人旅行者の国籍・地域別及び訪日経験別の傾向</li> <li>ニーズや嗜好に基づいた外国人旅行者のセグメンテーション</li> </ul>	✓	✓	✓
	顧客が負担する費用 (Customer Cost)	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人旅行者の国籍・地域別別の消費傾向</li> </ul>	✓	✓	✓
	顧客とのコミュニケーション (Communication)	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人旅行者とのタッチポイント(Online/Offline)</li> <li>外国人旅行者によく見られている情報源</li> </ul>		✓	✓
	顧客にとっての利便性 (Convenience)	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人旅行者が利用する観光コンテンツの予約・手配方法</li> </ul>		✓	✓
供給 4P	製品・コンテンツ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光コンテンツの分類・種類</li> <li>観光コンテンツを提供するキープレイヤー</li> <li>観光コンテンツ提供事業者の実態(事業者数、従事者数等)</li> </ul>	✓		✓
	価格 (Price)	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際観光収入における、娯楽・サービス費が高い国の実態(要因・取組)</li> <li>観光コンテンツの提供価格帯</li> <li>観光コンテンツの値付け(プライシング)の実態</li> </ul>	✓		✓
	流通チャネル (Place)	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光コンテンツの流通構造</li> <li>主要な取引のフロー</li> </ul>	✓		✓
	販売促進 (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光コンテンツの主要なプラットフォーム・メディア</li> <li>プロモーション施策の例</li> </ul>	✓		✓

本Webアンケートの調査は、事業趣旨及び、既存調査ではカバーできていない市場や未訪日の旅行者に対してセグメンテーション(仮説)に基づいた、訪日外国人の潜在的なニーズ調査を目的として実施する

## 本調査の前提と調査スコープ

### 調査の前提

コト消費におけるコンテンツの造成やプロモーションは、**具体的なセグメンテーションに基づき、明確なターゲティングとポジショニングのもとに行われるべき**であり、そのためには、外国人旅行者の国・地域別・年代等のデータだけでなく、**旅行に対する嗜好性(興味関心)、期待などといったデータが必要**であると考えられる

	調査主体/調査名	調査スコープ			
		対象国・地域数	訪日旅行者	未訪日旅行者	コト消費関連
既存のコト消費に関連する調査	観光庁 訪日外国人消費動向調査	20	○	×	訪日旅行に期待していることや 娯楽・サービス費についてのデータはあるが コンテンツレベルの情報はない
	日本政府観光局(JNTO) 訪日外国人旅行者の消費動向と ニーズについて	5	○	○	コンテンツの体験割合や平均消費額、 地方or都市のどちらに来訪しているかのデータ (コンテンツ数=35)
	日本政府観光局(JNTO) グローバルキャンペーン	6	○	○	訪日無関心層の旅行に対するパッション及び 関連する小項目(コンテンツ)についてのデータ
	じゃらんリサーチセンター 訪日外国人観光体験需要調査	5	○	×	訪日旅行中に体験したこと 飲食したものなどを中心に調査したデータ (人気のコンテンツTop10を公表)
本調査	観光庁 最先端観光コンテンツ インキュベーター事業マーケティング調査	20	○	○	訪日旅行者の来訪場所、体験したこと 未訪日旅行者の来訪場所(国)、体験したこと 体験に消費した金額(参考値)のデータを収集予定 (コンテンツ数=45/FA)

# 本調査の実施にあたり、JNTOのグローバルキャンペーンにて想定されている旅行者の7つのパッションをベースに、その他既存の調査や定性調査にて把握した想定される興味関心のカテゴリを追加した

## 外国人旅行者の興味関心のカテゴリの定義

【凡例】 ■ : 「7つのパッション」に含まれるもの  
 ■ : それ以外

### 外国人旅行者の興味関心のカテゴリ

伝統文化 (Tradition)	その国・地域の伝統文化や 歴史的遺跡・建築等を楽しみたい	リラクゼーション (Relaxation)	リゾートや宿泊施設での滞在を楽しみたい
食 (Cuisine)	その国・地域の食事やお酒を楽しみたい	アウトドア (Outdoor)	アウトドアアクティビティを楽しみたい
都市 (City)	その国・地域の大都市の刺激、 エンターテイメントを楽しみたい	テクノロジー (Technology)	その国・地域の技術や知識を学びたい
自然 (Nature)	その国・地域の豊かな自然を楽しみたい	コミュニティ (Community)	現地の暮らしを体験し、 現地の人と積極的に交流したい
アート (Art)	その国・地域のアートや デザインを楽しみたい	サブカルチャー (Sub-culture)	マンガ、映画や作品の舞台を巡りたい

# 旅行者の興味関心のカテゴリとあわせて、旅行者が体験に求める価値について問うことで、今後、体験コンテンツを提供していく際のターゲットとなるセグメントをあぶりだす

## セグメンテーション分析の例

カテゴリ	体験に求める価値		セグメンテーションと訴求できるコンテンツ(イメージ)
伝統文化	本物志向 (Authentic)	現地でしかできないことなど、本物の体験を求める	<p>食 × 本物志向 × 贅沢志向 ✓ 魚を市場で板前と買付け、すきやばし次郎で調理して食べるツアー</p> <p>都市 × アクティブ × お手軽派 ✓ 空いた時間にできるスカイツリーの展望室で1時間ヨガ体験</p> <p>伝統文化 × 知的的好奇心 × 特別扱い ✓ 1日1組限定 宮司がアテンドする神社貸し切りガイドツアー</p> <p>アウトドア × ネタ探し × スリル ✓ 離島の海で世界最速のジェットサーフィン</p> <p>コミュニティ × 本格派 ✓ まるで住人 地方の農家で1か月の自給自足体験</p> <p>⋮</p> <p>⋮</p> <p>⋮</p>
食	ネタ探し (Story)	家族や友人に話せるような旅先での面白い体験を求める	
都市	知的的好奇心 (Intelligence)	自分の知識や教養を増やすような、学びのある体験を求める	
自然	特別扱い (Exclusive)	人と同じでない、自分だけの特別な体験を求める	
アート	アクティブ (Active)	アクティブに体を動かして過ごしたい	
リラクゼーション	ノンアクティブ (Non-Active)	できるだけゆっくり過ごしたい	
アウトドア	本格派 (Deep)	じっくり時間をかけて体験したい	
テクノロジー	お手軽派 (Light)	空いた時間に手軽に楽しみたい	
コミュニティ	贅沢志向 (Luxury)	旅行先では、割と贅沢に お金を使うほうだ	
サブカルチャー	スリル (Thrill)	スリルやエキサイティングな体験を求める	

# 本日の議題

---

1. 推進会議の目的

---

2. 本事業の全体像

---

3. 報告パート

---

マーケティング調査の概要

---

4. 検討パート

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

(2) 今後の取り組み

---

## 調査事業

# 「最先端ICTを活用した観光」・「潜在的な観光資源」・「夜間の観光資源」のテーマごとに調査方針を設定し、本事業の各種対応を進めている

## テーマごとの調査方針

1

最先端ICTを活用した観光  
(VR・AR等)

- 最先端ICT技術の観光への活用可能性調査
  - VR・AR等の最新技術について、訪日前から帰国後に至る各段階(旅前・旅中・旅後)における、活用可能性を調査する

2

潜在的な観光資源  
(自然体験・ビーチ・お祭り・美容)

- 各種観光資源の実態調査
  - 各種観光資源(テーマ)について、市場規模・提供コンテンツの分類・関連法制度等の実態を調査・整理する
- 各種観光資源の活用に向けた課題調査
  - 潜在的な活用可能性を有すると想定される各種観光資源の活用を阻害している要因や、今後の活用に向けた課題を調査する

3

夜間の観光資源

- 国内外の夜間帯の観光の実態調査
  - 夜間帯の経済規模算出に向けた諸外国の統計手法を調査する
  - 夜間帯での消費拡大・ナイトライフの充実を促すための、提供コンテンツ・交通アクセス・関連制度(ナイトメイヤー制度等)の実態を調査・整理する

# 「最先端ICTを活用した観光」のテーマについて、 解決すべき「課題(仮説)」と「課題解決に向けたアプローチ」を整理した

## 【最先端ICTを活用した観光】課題(仮説)と解決アプローチ

テーマ	課題(仮説)	解決アプローチ
<p>最先端ICTを 活用した観光</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ VR・AR 等を活用した観光サービスが登場しているが、そもそも訪日前から帰国後に至る各段階(旅前・旅中・旅後)における活用可能性が不明である</li><li>■ VR・AR 等を活用した観光サービスが提供されているが、プロダクトアウト型のサービスであり、必ずしも訪日外国人のニーズ等を踏まえたサービスとなっていない</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 観光フェイズ(旅前・旅中・旅後)ごとに、VR・ARを活用した観光サービスの事例を洗い出し、各コンテンツごとに下記のポイントを調査・整理する<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 概要(サービス内容・価格等)</li><li>➢ 具体的な提供価値 (利用者の想定ニーズとサービスの訴求ポイント)</li></ul></li><li>■ 地域固有の観光資源(自然・文化財等)とVR・AR等を組み合わせた、新たな体験コンテンツの提供による、消費促進効果を検証する</li><li>■ 訪日前、又は訪日後の国内のハブ拠点等において、VR・AR等の体験を通じた新たな誘客コンテンツの提供による、誘客促進効果を検証する</li><li>■ 帰国後に、VR・AR等の体験を通じた現地体験を彷彿させる誘客コンテンツの提供による、誘客(再訪意欲)促進効果を検証する</li></ul>



# 「潜在的な観光資源(自然体験・ビーチ)」のテーマについて、各種観光資源ごとに、解決すべき「課題(仮説)」と「課題解決に向けたアプローチ」を整理した

## 【潜在的な観光資源】課題(仮説)と解決アプローチ(1/2)

テーマ		課題(仮説)	解決アプローチ
潜在的な観光資源	自然体験	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ インバウンド受入を積極的に行う事業者がまだ少数であり、海外では人気のアドベンチャーツーリズム市場の需要を十分に取込めていない</li> <li>■ 日本人向けの需要増に伴い事業者数が拡大しているが、安全性基準や資源保護ルールの整備が十分でない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ インバウンド受入が可能な事業者を増やすにあたっての課題を明らかにし、必要な方策や支援を検討するとともに、インバウンド向けの新規コンテンツ開発、既存コンテンツの改良を通じて消費促進効果を検証する</li> <li>■ 上記とあわせて、振興に伴って懸念される観光資源そのものへの影響や安全性の低下について実態を把握し、持続可能な産業として自然体験型観光を確立するための制度やルールについて調査・整理する</li> </ul>
	ビーチ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 海岸部における営業活動が季節的側面、規制側面から定常的に行うことができず、経済的拡大が困難である</li> <li>■ ビーチの管理は地域性・土着性が強く、新規参入の障壁となっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 海岸部のみならず周辺地(後背地・突堤部、上空など)も含むビーチエリアとして、面としての経済性向上を図る手法を国内外の事例を基に整理する</li> <li>■ ビーチにおける規制や管理スキーム、参入基準や資格要件を調査する。また地元調整や権利調整を行い新規参入を促す手法を整理する</li> <li>■ ビーチの多様な利用形態を念頭に、季節性を考慮した活用方策となる新たな観光コンテンツを検討した上で、誘客促進効果を検証する</li> </ul>

# 「潜在的な観光資源(お祭り・美容)」のテーマについて、各種観光資源ごとに、解決すべき「課題(仮説)」と「課題解決に向けたアプローチ」を整理した

## 【潜在的な観光資源】課題(仮説)と解決アプローチ(2/2)

テーマ		課題(仮説)	解決アプローチ
潜在的な観光資源	お祭り	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 入場者数等の基礎情報が整理されておらず、お祭り市場を俯瞰的に捉えることができない</li> <li>■ 訪日外国人の潜在的なニーズはあると想定されるものの、受入対応に必要な施策が整理されておらず、受入に向けた施策を展開できていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全国の主要なお祭りの調査を通じて、基礎情報(概要・入場者数 等)を整理する</li> <li>■ 外国人の受入に積極的な国内外のお祭りの調査を通じて、受入対応に係る情報(コンテンツ概要・留意点 等)や成功要因を整理する</li> <li>■ 上記の整理結果を踏まえ、国内で開催されるお祭りをモデルケースとして、成功要因の検証を行う</li> </ul>
	美容	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本においては美容体験という観光カテゴリが確立されておらず、コンテンツの体系的な整理がなされていない</li> <li>■ 美容コンテンツ単独での観光誘客ができるまでに市場が成熟していない</li> <li>■ 国内で提供されている美容体験は専ら日本人向けのものであり、インバウンド対応のためのインフラ整備がなされていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内外の調査を通じ、コンテンツ・ターゲット・プロモーションを体系的に整理する</li> <li>■ 美容体験と親和性・連動性の高いコンテンツとを組み合わせた地方誘客のためのモデル事業を実施し、誘客促進効果や消費促進効果を検証する</li> <li>■ 主に都市部で提供する美容体験について、効果的なインバウンド受入を行うためのインフラ整備のあり方とその効果を検証する</li> </ul>

# 「夜間の観光資源」のテーマについて、各種観光資源ごとに、 解決すべき「課題(仮説)」と「課題解決に向けたアプローチ」を整理した

## 【夜間の観光資源】課題(仮説)と解決アプローチ

テーマ	課題(仮説)	解決アプローチ
<p>夜間の観光資源</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ナイトタイムエコノミーの実態が把握できておらず、観光という観点で夜間の時間帯が十分に活用されているとは言い難い状況にある</li><li>■ 現在の訪日外国人の夜間における楽しみ方や夜間観光における課題が十分に把握できていないため、ナイトライフを充実させるための方法が不明である</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 諸外国におけるナイトタイムの定義を調査し、先進国の経済規模、統計手法を調査する</li><li>■ ナイトタイムエコノミーのまちづくりの観点を整理し、あるべき姿(仮説)の検討アプローチを導出する</li><li>■ 夜間観光推進の要素(コンテンツの拡充、推進の仕組み、交通アクセス、プロモーション*等)から、本年度、重点的に取り組むべき要素に強弱をつけ、国内外の先進事例調査とマーケティング調査により仮説を検証する *主にチケットینگ</li><li>■ 各エリア特有の観光資源等を活用したナイトコンテンツの開発・発掘を行い、夜間帯の活動促進効果や、それに伴う消費促進効果の検証を行う</li></ul>

## モデル事業(内定事業者の一覧)

# 観光コンテンツの造成を目的としたモデル事業について、 計16事業(公募:13件・非公募:3件※1)を内定した

## モデル事業の選定結果

テーマ		公募申請 事業数
最先端ICTを活用した観光		26
潜在的な 観光資源	自然体験	24
	ビーチ	8
	お祭り	0
	美容	8
夜間の観光資源		39
合計		105

審査※2

内定事業数		
公募	非公募	合計
4	1	5
2	0	2
1	0	1
0	2	2
2	0	2
4	0	4
13	3	<u>16</u>

※1.本事業の実施にあたり受託者側から具体的な提案のあった「最先端ICTを活用したスポーツイベントにおける新たな観戦体験の提供に関するモデル事業」(1件)、  
「お祭りの訪日外国人への開放を目的としたモデル事業」(2件)の計3件

※2.公募事業は有識者委員(2名)及び観光庁(2名)の審査委員による審査を実施した。なお、審査委員が利害関係を有する事業に係る審査については当該審査委員に審査を辞退いただいた

「最先端ICT:5件」・「自然体験:2件」・「ビーチ:1件」・「お祭り:2件」・「美容:2件」・  
「夜間資源:4件」の計16件をモデル事業として内定した

内定したモデル事業の一覧

テーマ		#	モデル事業名	実施団体名
最先端ICTを 活用した観光		1	すなばASOBI	鳥取砂丘デジタルアクティビティ開発共同体
		2	帰国後の日本再訪意欲喚起のための国内観光資源VRコンテンツ活用モデル実証事業(旅後)	(株)エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
		3	“Culture・Experience”- ロケーション展開型周遊誘発モデル事業-	中部国際空港(株)
		4	ハブ拠点でのVR体験による訪日外国人旅行者の地方誘客推進実証事業【旅中】	アライド・ブレインズ(株)
		5	インバウンド向けARスポーツ観戦サービス実証※	(株)NTTドコモ
潜在的な 観光資源	自然体験	6	ひがし北海道エリアにおけるアドベンチャーツーリズム・ラグジュアリー市場顧客向け高付加価値商品造成事業	釧路湿原・阿寒摩周アドベンチャーツーリズム推進協議会
		7	高浜町における観光資源を活用したインバウンド向け通年体験観光サービスモデル創生事業	(一社)若狭高浜観光協会
	ビーチ	8	リゾートウェディングツーリズムモデル確立事業	(一社)沖縄リゾートウェディング協会
	お祭り	9	訪日外国人の受入れ・消費促進環境整備事業(仙台七夕まつり)※	(株)オマツリジャパン
		10	訪日外国人の受入れ・消費促進環境整備事業(秩父夜祭)※	(株)オマツリジャパン
	美容	11	美肌のススメ!温泉体験プログラムモデル事業	松江インキュベーター事業実行委員会
12		観光地での隙間時間における多言語コミュニケーションツールを活用した『リラクゼーションサービス業』への導入モデル事業	(株)リクルートライフスタイル	
夜間の観光資源		13	石見神楽を活用したナイトタイムコンテンツ造成事業	石見観光振興協議会
		14	「体験型マルチメディア・ナイトウォーク」を契機とした市内宿泊・飲食・交通事業者等の連携による魅力的なナイトライフの造成・提供と消費拡大システムの構築	(一社)長崎国際観光コンベンション協会
		15	ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化	ナイトエンターテインメントによる地域経済の活性化協議会事務局
		16	大塚駅周辺エリアにおけるナイトタイムコンテンツ発掘/訪日外国人向け消費喚起事業	豊島区

※ #5, #9, #10は非公募

# 本日の議題

---

1. 推進会議の目的

---

2. 本事業の全体像

---

3. 報告パート

---

マーケティング調査の概要

---

4. 検討パート

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

(2) 今後の取り組み

---

# 検討パートでは、まず「**論点①:今年度の調査内容**」についてご意見をいただきたい

## 本日の論点

### 【論点①】 今年度の 調査内容について

- ✓ 本事業の趣旨・目的を踏まえたうえで、各テーマごと(若しくは全体)の「調査方針」・「課題(仮説)」・「モデル事業」等について、各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい

### 【論点②】 今後の 取り組みについて

- ✓ 訪日外国人の消費額の増加に向けて、今後我が国において求められる観光施策について、マーケティング調査結果やモデル事業の進捗等を踏まえつつ、次回以降の推進会議において各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい
- ※本事業では次年度以降の取り組みとして「各種コンテンツの情報発信(プロモーション)」や「各コンテンツにおける発信主体の検討・育成」を予定している



# 本日の議題

---

1. 推進会議の目的

---

2. 本事業の全体像

---

3. 報告パート

---

マーケティング調査の概要

---

4. 検討パート

---

(1) 今年度の事業内容(調査・モデル事業について)

(2) 今後の取り組み

## 「論点②:今後の取り組み」についてご意見をいただきたい(参考資料なし)

### 本日の論点

#### 【論点①】 今年度の 調査内容について

- ✓ 本事業の趣旨・目的を踏まえたうえで、各テーマごと(若しくは全体)の「調査方針」・「課題(仮説)」等について、各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい

#### 【論点②】 今後の 取り組みについて

- ✓ 訪日外国人の消費額の増加に向けて、今後我が国において求められる観光施策について、マーケティング調査結果やモデル事業の進捗等を踏まえつつ、次回以降の推進会議において各々の有識者委員の専門的見地からご意見をいただきたい  
※本事業では次年度以降の取り組みとして「各種コンテンツの情報発信(プロモーション)」や「各コンテンツにおける発信主体の検討・育成」を予定している