

経済産業省における 観光・集客関連施策

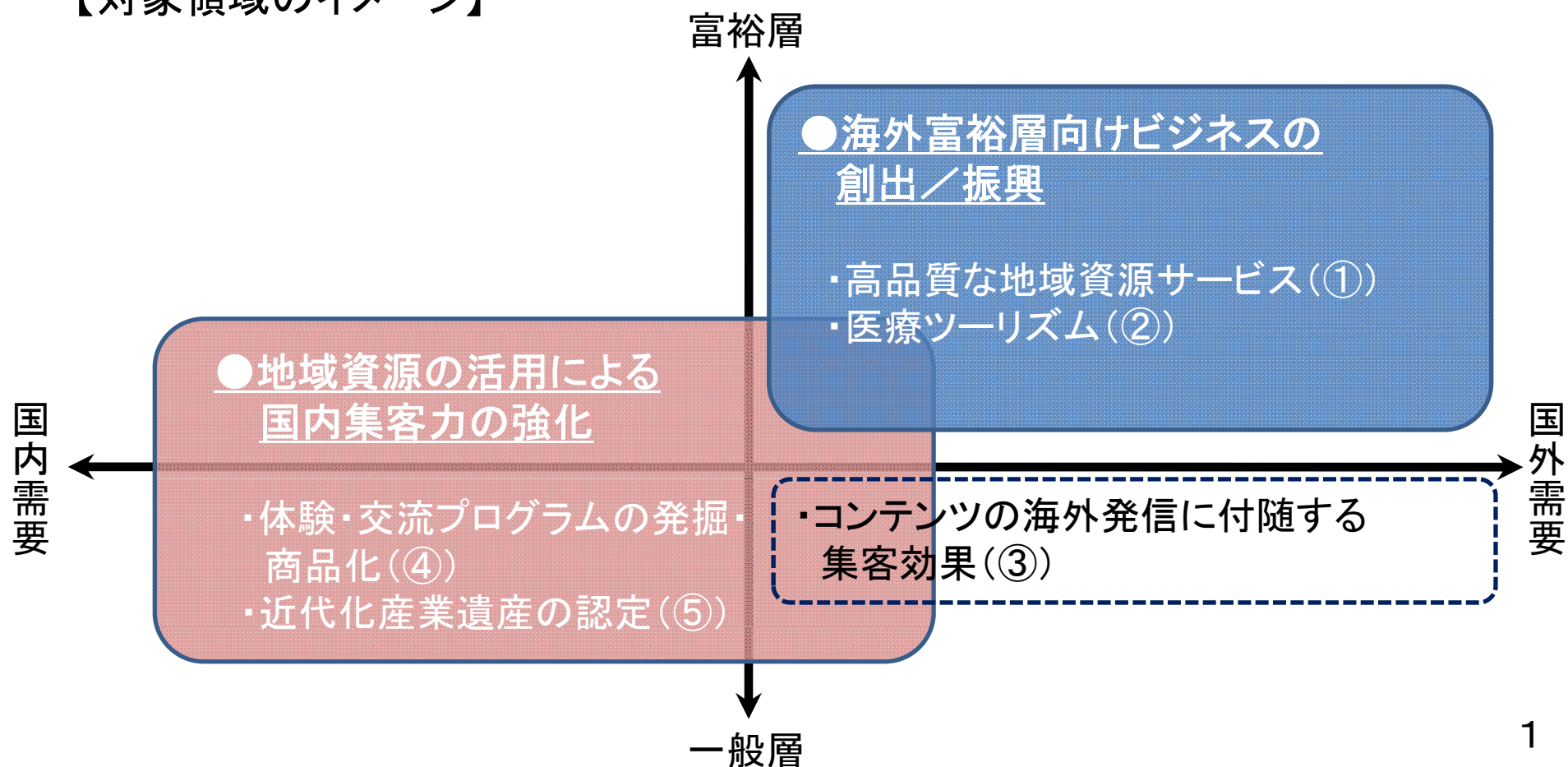
平成22年1月14日
経済産業省

経済産業省における観光・集客施策の全体像 (ニューツーリズム関連)

【基本的な考え方】

- ・市場が確立していない海外富裕層向けビジネスの創出／振興
- ・未だリスクは大きいものの、潜在的な価値のある国内地域資源のビジネス化支援

【対象領域のイメージ】



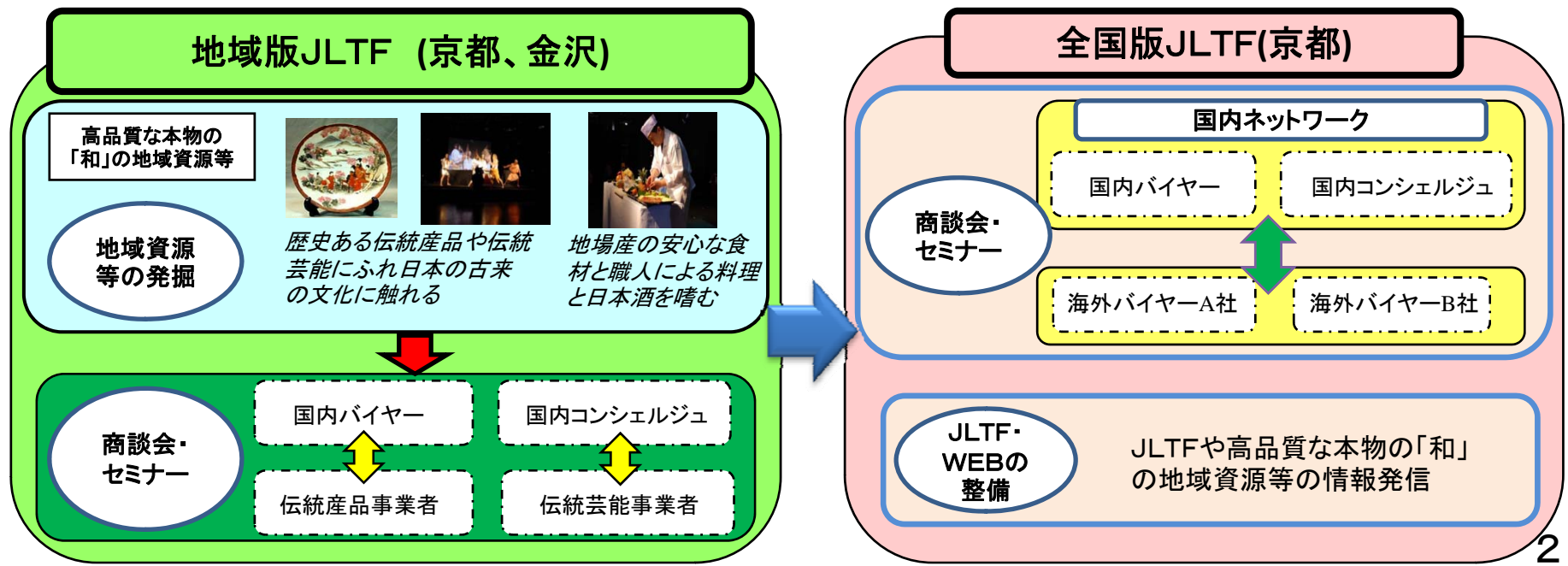
①海外富裕層需要の取り込みによる新規市場の創出 (～ラグジュアリー・トラベル・マーケットの整備～)

事業の内容

海外富裕層のニーズ(外需)を我が国に取り込むため、伝統工芸品をはじめとする世界に誇る地域資源を発掘し、富裕層を顧客に持つ海外バイヤー向けにマッチング機会を提供、新しい市場の整備を行う。(ジャパン・ラグジュアリー・トラベル・フォーラム(JLTF)の開催)

- ①海外富裕層のニーズに適合する地域資源・サービス等の発掘
- ②地域資源保有者(伝統産品事業者等)と取引を希望する事業者(旅行会社等)による商談会(地域版JLTF)
- ③海外バイヤーと国内企業による商談会(全国版JLTF)
- ④WEBサイトの構築など海外ターゲットへの情報発信

事業イメージ



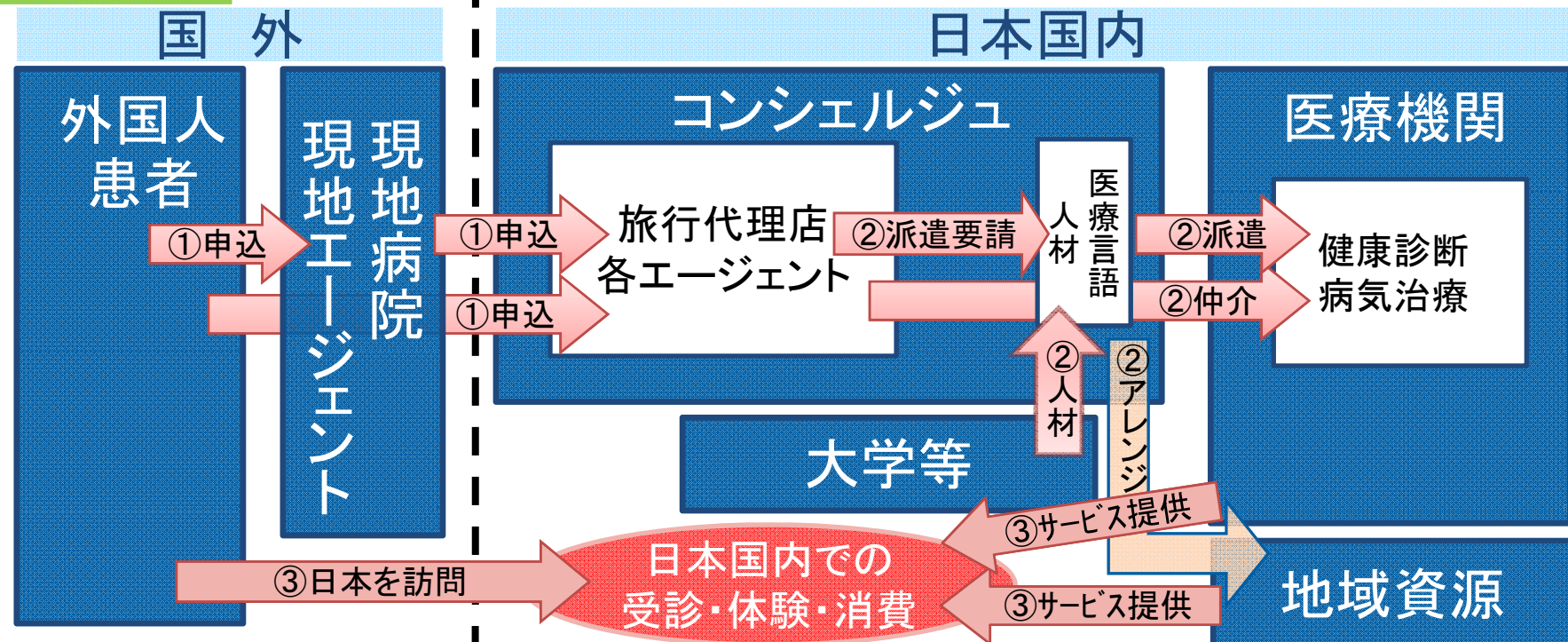
②医療の国際化（医療ツーリズムの実現に向けた環境整備）

事業の内容

外国人患者の国内医療機関への受け入れ体制を整備し、我が国医療産業の市場拡大、国内医療サービスの質の向上、国内関連産業の国際競争力の強化を実現する。

- ①需要の把握・取りこみ
・国外ニーズの把握・発掘に向けた調査、現地ネットワーク(エージェント、生保等)の確立、国外需要取り込みのため情報発信
- ②供給の体制整備・ネットワーク化
・受け入れ可能な医療機関からなるコンソーシアムの設置、受け入れ余力の把握・管理
- ③需給マッチング
・エージェント等からなるコンソーシアム設置、患者・病院情報など需給情報の管理・マッチング、医療言語人材の確保(大学との連携)

事業イメージ



③コンテンツ産業支援施策について

- ・METIではコンテンツ海外展開支援の観点から、以下のようなコンテンツ支援施策を講じているところ。
- ・これら施策はコンテンツの海外発信を通じて、外国人に日本の魅力を伝え、観光集客誘致にも効果が期待できる。

事業の内容

①JAPAN国際コンテンツフェスティバル(愛称CoFesta コ・フェスタ)

東京国際映画祭を中核に、ゲーム、アニメ、音楽等の各種コンテンツの多数イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバル。国際見本市として支援。コフェスタ来場者数:約100万人(2009年実施)また、昨年7月に同コ・フェスタを、パリで開催された「JAPAN EXPO」にも出展。

②コンテンツを活用した地域振興として主に以下の事業を実施

ジャパンフィルムコミッションを活用した海外ロケ誘致支援、地域のロケ誘致を支援するジャパンロケーションマーケット、地域の魅力を映像を通じて発信する地域活性化「COOL JAPANプロモーションプロジェクト事業」、海外等のロケ誘致による地域への経済効果測定 他。

事業イメージ

1. 東京国際映画祭



オープニングセレモニーに鳩山総理ご夫妻がご出席

2. JAPAN EXPOへの出展



コ・フェスタブースは広告効果約4億円、フランスの新聞「トリビューン」「ル・モンド」、WEB「フイガロ」等に紹介された。JAPAN EXPOは約16万人を動員。

3. 上海万博への出展



2010年に開催される上海万博において、ジャパンウィークにコ・フェスタを出展予定。

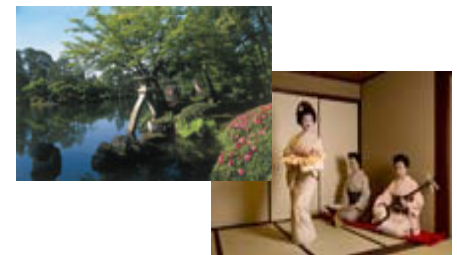
4. ジャパンロケーションマーケット



中国映画「フェイスンウーラオ」のヒットを題材に、観光をはじめとする経済効果等について、セミナーの開催等を実施。ロケ地となった阿寒湖では、中国人観光客が約13倍に増加。

5. COOLJAPAN

プロモーションプロジェクト事業



観光、農産品等の地域資源を活用したPR映像を制作し、海外に発信する事業。平成20年度に全国で20件実施。写真は石川の事例。海外富裕層向けの映像の制作を支援し、地域が一体となって、海外富裕層の顧客誘致に取り組んでいる。

コフェスタのこれまでの成果

	H19fy	H20fy	H21fy
コ・フェスタの動員数	80万人	82万人	100万人

④地域資源を活用した観光・集客サービス産業の競争力強化

事業の内容

地域資源を活用した高付加価値で、集客力のある観光・集客サービスを実現するため、地域の特色あるものづくり産業、商店街など異業種の連携による以下の取組に対して支援を実施。

- ①集客・交流プログラムの企画開発・商品化事業：市場調査、統一ロゴのデザイン、研究会の運営 等
- ②集客・交流プログラム実施事業：展示・体験スペースの整備・改良 等
- ③人材育成事業：多言語・専門ガイドの育成 等
- ④情報提供事業：案内所の開設・運営、ITを活用した情報提供、案内板の設置 等

※補助率：補助対象経費の1/2を補助

事業イメージ

越前伝統工芸連携協議会（越前伝統工芸ものづくり産地、本物の体験、こだわりの食、感動の旅プロジェクト）

集客・交流プログラムの企画開発・商品化

<産業交流体験>

伝統工芸品（越前打刃物、越前漆器、越前和紙、越前焼）の体験プログラム化

<商店街の活性化>

「蔵」や「町屋」などの集客資源を活用し、商店街の活性化、にぎわいのあるまちなみを創出



集客・交流プログラム実施の環境整備

<展示コーナーの設置>

紙の文化博物館における技法・作品・道具紹介展示コーナーの設置

<地域専門ガイドの研修>

伝統工芸士が専門知識・技術について研修を実施。



回遊性を高める取組、情報伝達

<巡回バスの運行>

伝統工芸品や他の地域資源を結ぶバスを運行。

<誘導サイン等の設置>

各伝統工芸施設や産業施設への誘導サイン等を設置



⑤地域観光資源としての「近代化産業遺産」の認定

事業の内容

- 我が国産業の近代化の過程を物語る建造物・機械等について、当該事物の歴史的文化的価値を顕在化・再認識させるとともに、これらを地域活性化の「種」とすることを目的として、平成19年度及び20年度において全国計1,115件の「近代化産業遺産」を大臣認定。
- これらを地域史・産業史の観点から計66のストーリーにとりまとめ、「近代化産業遺産群」として公表。
- 「近代化産業遺産」は、観光の観点から、地域における新たな集客を通じた地域活性化に大きく貢献すると期待される。
- このため、今後、観光資源としての魅力・資質を高め、より一層観光客を呼び込むために、これら「近代化産業遺産」を用いた観光周遊のモデルルートの構築及びノウハウの普及を通じ、地域活性化につなげることを推進。

事業イメージ

「近代化産業遺産群」ストーリー事例(写真は、その中に含まれる近代化産業遺産認定事例)

「近代技術導入事始め」海防を目的とした近代黎明期の技術導入の歩みを物語る近代化産業遺産群

近代黎明期の技術導入は、日本近海への外国船の来航による危機感から始まった。海防を目的とした幕府と西国雄藩などによる洋式大砲の製造や洋式船舶建造への取組みは、手に入る数少ない蘭学書を頼りに、試行錯誤を重ねながら進められた。



【旧集成館機械工場(鹿児島県鹿児島市)】



【萩反射炉(山口県萩市)】

有数の金属供給源として近代化に貢献した東北地方の鉱業の歩みを物語る近代化産業遺産群

かつて日本有数の鉱山地帯であり、多様な金属が採掘されていた東北地方は、明治維新後、新政府が本格的な開発に着手した。小坂、阿仁、院内では、外国人技師を招聘し近代的な採掘や製錬などが行われた。また、尾去沢、松尾、細倉などでは、民間資本の努力により独自の近代化が図られた。



【小坂鉱山事務所(秋田県小坂町)】



【尾去沢鉱山跡(秋田県鹿角市)】

⑥産学人材育成パートナーシップ事業（観光・集客人材関連）

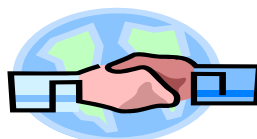
事業の内容

サービス産業界において経営人材に関する産業界の人材育成ニーズと大学経営学部等のカリキュラムのギャップを埋めるとともに、地域振興等の業種横断的又は制度的な課題等を解決するため、産業ニーズを踏まえた教育プログラムを開発・実証する。

事業イメージ



大学



産業界

事業テーマ名	コンソーシアム
観光地を革新する「観光地経営専門家」育成プログラム【平成20～21年度】	学校法人立教学院 （長野大学 等）
ホスピタリティ・マネジメント高度経営人材（事業経営人材・地域リーダー人材）育成プログラム開発【平成20～21年度】	財団法人日本交通公社 （一橋大学 等）
高齢者・障害者に配慮した「ユニバーサルサービス」の発展・普及に向けた人材育成【平成21年度】	株式会社ジェイコム （神戸学院大学 等）

サービス産業の人材育成も産学連携で⇒「観光人材から地域経営者まで」