みなかみ町
インバウンド取り組み

みなかみ町観光協会
観光戦略課　戦略係　係長　林 雄一朗

平成20年より取り組みを始めた

* 平成20年3月「第1次みなかみ町総合計画」策定

  国際観光の推進に着手、台湾エージェントの招聘事業や現地商談会の開催、Wi-Fi環境の整備、旅館・ホテル等の受け入れ態勢の強化、外国語表記の案内看板やパンフレット作成など外国人観光客の誘致に向け計画を立てた

* 平成22年4月にみなかみ町インバウンド推進協議会を立ち上げ

  当初は行政が窓口。現在は観光協会内に事務局を置く。会員数は54施設。インバウンドに積極的に取り組む意思のある旅館・ホテル・アウトドア・体験施設等で組織されている

* 平成24年4月にみなかみ町観光課内に国際観光グループを設置

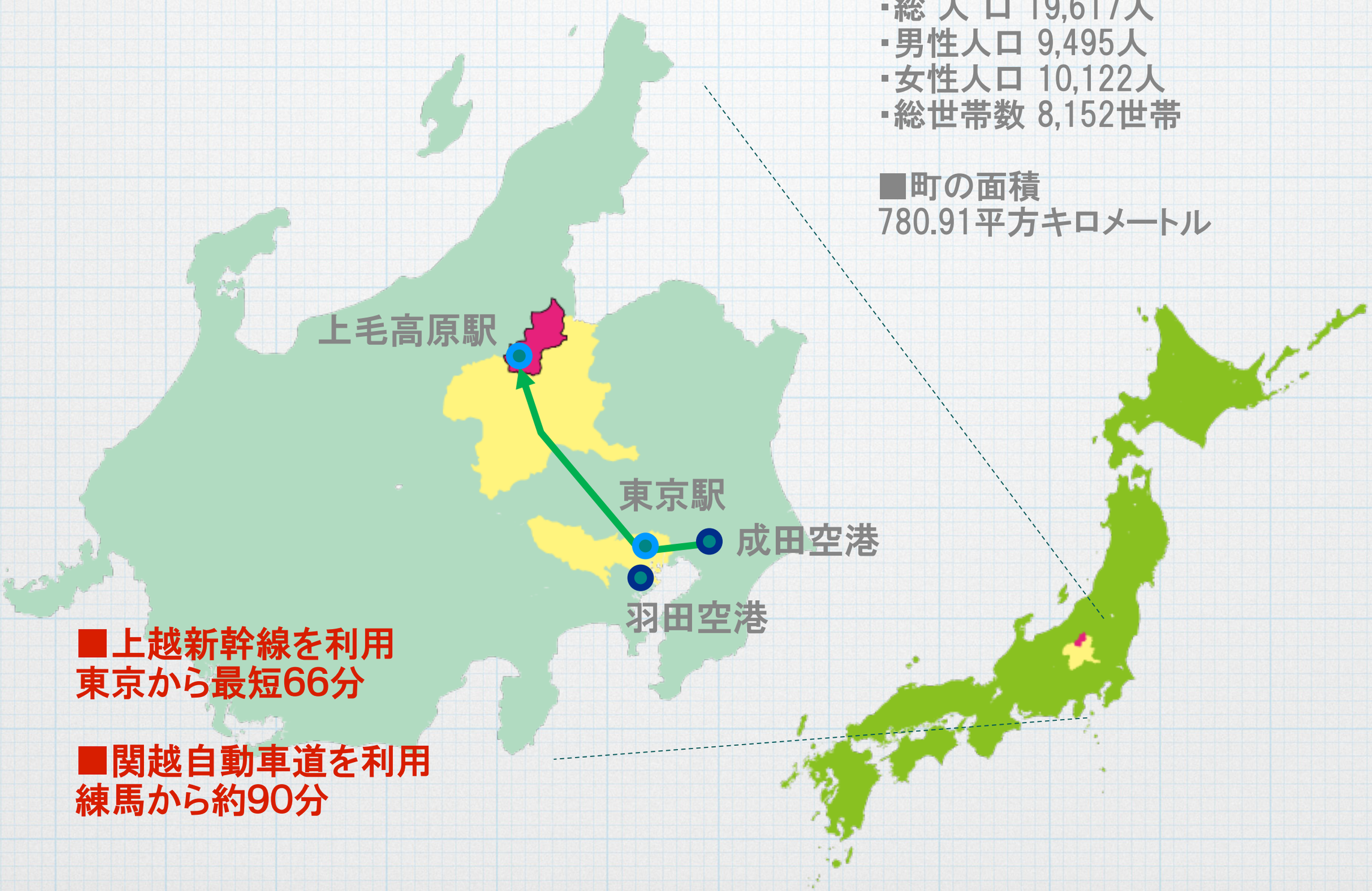
  本格的にインバウンドの取り組みを開始

みなかみ町について

利根川源流の町　みなかみ町

■町の人口（平成29年6月1日現在）
・総 人 口 19,617人
・男性人口 9,495人
・女性人口 10,122人
・総世帯数 8,152世帯

■町の面積
780.91平方キロメートル



■上越新幹線を利用
東京から最短66分

■関越自動車道を利用
練馬から約90分

谷川岳

たくみの里

ラフティング

スキー場

町内スキー場の取り組み

みなかみ町スキー場連絡協議会としての取り組み

* 「湯ったりスノーみなかみ」から「MINAKAMI SKI 9」へ
  ファミリー向けイメージから9つのスキー場があることを英文字で表記、インバウンドを意識した名称へ

* インバウンド用共通リフト券
  宿泊プラン造成のために、スキー場が共通金額で発券していたものをインバウンド用に作成。観光協会を窓口にし、販売を実施

* インバウンド用WEBページ制作支援
  観光協会が制作費の一部を補助

* 一昨年より「春節のお出迎え」、昨年は利根沼田まで拡大

* WAMAZING、LIFTPIAとの提携

* 英語でのレッスン実施をCANYONSとの協力を実施

ノルンスキー場の取り組み

- 2010-2011シーズンから毎年アジアからのワーキングホリデーのスタッフを数名受け入れ
- 年により部署は変わるが、レストラン、レンタル、インフォメーション等で受け入れ
- 町内に宿泊されている方の中で少しずつリピーターが増加傾向
- 2013年9月に台湾（台北）にて行われたスキー博に参加、本格的なスキーより雪遊び需要に特化の方向性へ
- この数年は、特に3年前から本格的に稼働した雪遊びエリア（スノーランド）への日帰りインバウンド需要の受け入れをクラブツーリズムと実施、初年度約2,000人
- 昨シーズンからJTB、HISのインバウンドFITツアーの受け入れを実施。合わせて約500名ほどの来場
- 一昨年より水上駅からのシャトルバスを利用しての国内在住の外国籍の方々が目立つようになる（一昨年約200名→昨年約800名）

* 館内サインの見直しへ(ユニバーサルデザイン)→　日本人に伝わらないとの意見で再修正

* 正月休みはこれらの日本在住の外国籍の方々がベースエリアに多数見られる約20～30名/日

* スクールにおいて一昨年よりプライベートレッスンに数組の来場があり昨シーズンは数十人の受け入れ

* 昨年スクールで香港からのWHのスタッフ(受付、通訳、簡易レッスン)を確保。今期も実施予定

* スクールメインの動画作成、チラシ作成→水上温泉エリアへの案内実施

* 2017-2018シーズンはWAMAZINGにてリフト券販売、スノーランド入場券販売。SNOWJAPANへの広告出稿

* 今期は、WHのスタッフ5名程度(レストラン、レンタル、インフォメーション)、WEBサイト多言語化

水上高原スキーリゾートの取り組み

* ツアーの受入れについて

  東京、大阪営業担当者による集客。エージェントによるツアー

* 受入れ時の対応

  台湾・中国インターンシップ研修生を通年9～12名を実習で受け入れ。宿泊・レストラン・リフトで研修。ツアーバス到着時、車内でチェックインから入浴時のマナー等全般の説明を研修生が実施

藤原スキー場の取り組み

* ホームページ制作中。場内看板は多言語対応。スクールは中国語通訳対応

赤沢スキー場、大穴スキー場、宝台樹スキー場、ホワイトバレースキー場の取り組み

* ホームページ制作中

町の取り組み

1.Wi-Fi環境の整備

* 平成24年「みなかみハピネス・光Wi-Fiタウン観光活性化計画」町内の宿泊・レジャー施設等、33ヶ所に光ステーションを設置
* 外国人の要望が多かったことから
* 平成26年光ステーション機能拡大に伴い、参画事業数が116ヶ所に増加
* 町内の主要観光施設に光ステーションを設置
* 外国人はパスワード入力後、2週間Wi-Fi環境を使用することができる
* 平成28年公衆無線LANを道の駅など公共施設に大型機器を設置

2.インバウンド対応支援事業

●町単独

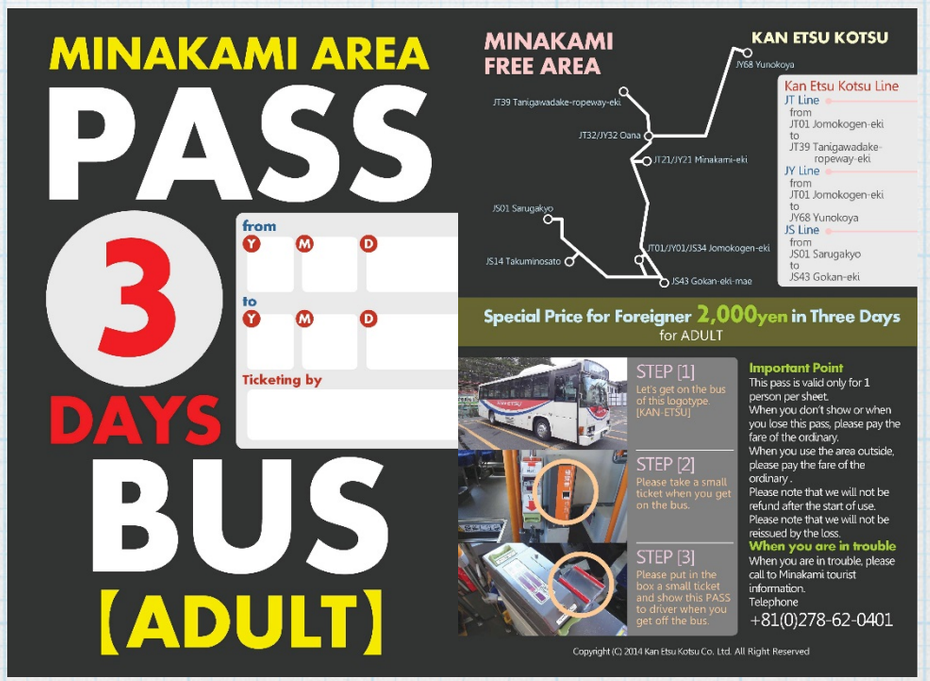
* 外国人観光客受入環境整備促進補助金
* 外国語パンフレット・案内表示・クレジットカード決済・Wi-Fi環境整備等
* 平成27年度34施設が活用、補助金額・16，000万円

●観光庁

* 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業費補助金
* 主にWi-Fi・トイレ水洗化・和室の洋室化等
* 平成27年は26施設、補助金額・約1，800万円
* 平成28年は補正は9施設、補助金額・約700万円

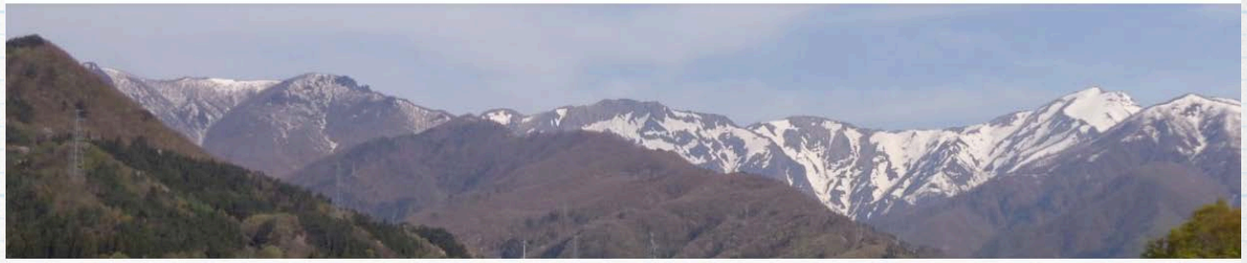
3.路線バスの外国人フリーパス発行

* 行政・観光協会・関越交通（バス事業者）が協力
* 平成25年・26年英語版バスMAP作成
* バスMAPに併せてバス停番号化
* 平成26年11月より販売開始
* 3日間乗り放題2，000円



4.Minakami TV

* 平成26年7月に開始。行政・観光協会にて構想
* 動画の力でPR（場所を問わない・拡散力に優れている・美しい映像）
* 日本語のほか英語・繁体語・簡体語・ハングル・タイ語に対応
* youtubeにて展開している



5.多言語版パンフレット作成

* 英語・繁体語・簡体語・タイ語の観光パンフレット作成
* マップ用パンフレットを制作
* 宿泊施設を紹介するための冊子を制作

6.JNTO外国人案内所認定

* 平成25年に観光協会がカテゴリー2に認定
* 観光協会に常時英語を話せる人員を配置
* 群馬県内では3ヶ所のみ

Tourist Information 観光案内所

国別の取り組み

台湾

台湾

* 平成24年10月に台北国際旅行博＜ITF＞へ参加
* 平成25年6月より台南市政府へ観光商工課職員を派遣
* 平成25年12月13日に台南市と友好都市協定を締結
* 台湾訪日教育旅行促進事業現地説明会に参加
* 平成25年台南旅行展に参加
* 台南市にて、町長トップセールス実施
* 観光商工課へ臨時職員を採用（受入環境整備）
* 平成28年2月に高雄市、平成29年3月と6月に台南市にモニターツアー実施
* 平成29年台南市の支援により、台南市内にみなかみ町交流館を設置し、定期イベントや現地旅行者と連携し、みなかみ町ツアーの造成と販売を実施
* 平成29年2月みなかみ町観光協会と台南市旅行商業同業公会が友好協定を締結

なぜ台湾なのか？（取り組み時平成24年時点）

1. 訪日外客数、群馬県は台湾がトップ

2. 台湾人は、みなかみ町のホテル・旅館の客嗜好とマッチしている

日本の宿泊施設関係者の意見では、訪日する中国人と台湾人では、台湾人の方がマナーも良く親日意識が高いため、お互いに違和感なく応対でき、友好的に意志の疎通が図れる。宿泊施設に聞くところによると、中国人よりも台湾人を希望する割合が高い

3. リピート率で台湾は70. 6%。みなかみへの再訪可能性が高い

4. 台湾人の嗜好として、温泉や自然、四季、フルーツに関心が高い

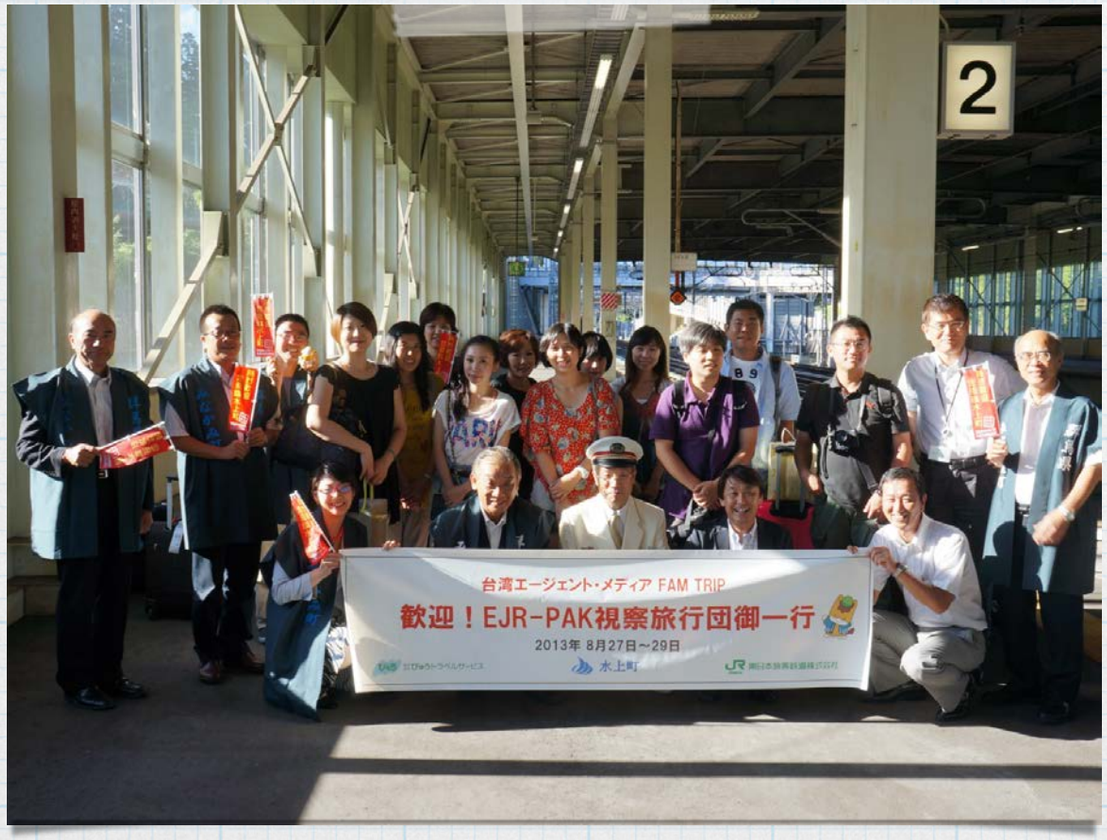
5. 旅館の利用率が高い国は、台湾、中国が25%超と高い

6. 旅行目的で観光・レジャーの割合が高く、観光消費額に期待

7. 群馬県に訪れる外国人宿泊客の中では、台湾が一番多く、台湾へのプロモーション等も多い

台南市政府視察（みなかみ町）【2014年2月】

大台南国際旅行展2015【2015年11月】



ファムトリップ（みなかみ町）【2013年8月】

町長トップセールス（台南市）【2015年5月】

台湾での学校訪問【2012年6月】

教育旅行・お面絵付け体験【2014年11月】

教育旅行・スキー体験【2014年3月】

教育旅行・ホームステイ【2014年3月】

台南市・日本家屋の活用

〈みなかみ交流館でのPR〉

* 平成29年2月より旧台南州立農事試験場宿舎群を観光PR拠点として活用
* 日本や町に関連したイベントを実施して観光情報を提供
* 現地旧行会社と連携し、みなかみ町ツアーの造成と販売を行う
* みなかみ町への旅行の際には可能な限りおもてなしを実施

タイ

タイ

* タイ国際旅行フェア＜TITF＞への参加（平成25年8月・平成26年2月）
* 麗澤大学インターンシップ協定を締結、様々な宿泊施設で受け入れを実施（猿ヶ京ホテル様など）
* 平成29年タイ語版facebookページ「minakami travel guide」を本格運用
* アドバイザーと連携しエージェントやメディアとの商談会や招聘を実施

トピック

* 雪や桜、またりんごなどが人気。SNS映えするものがあるため、情報発信してくれる

タイ国際旅行フェア（バンコク）【2014年8月】

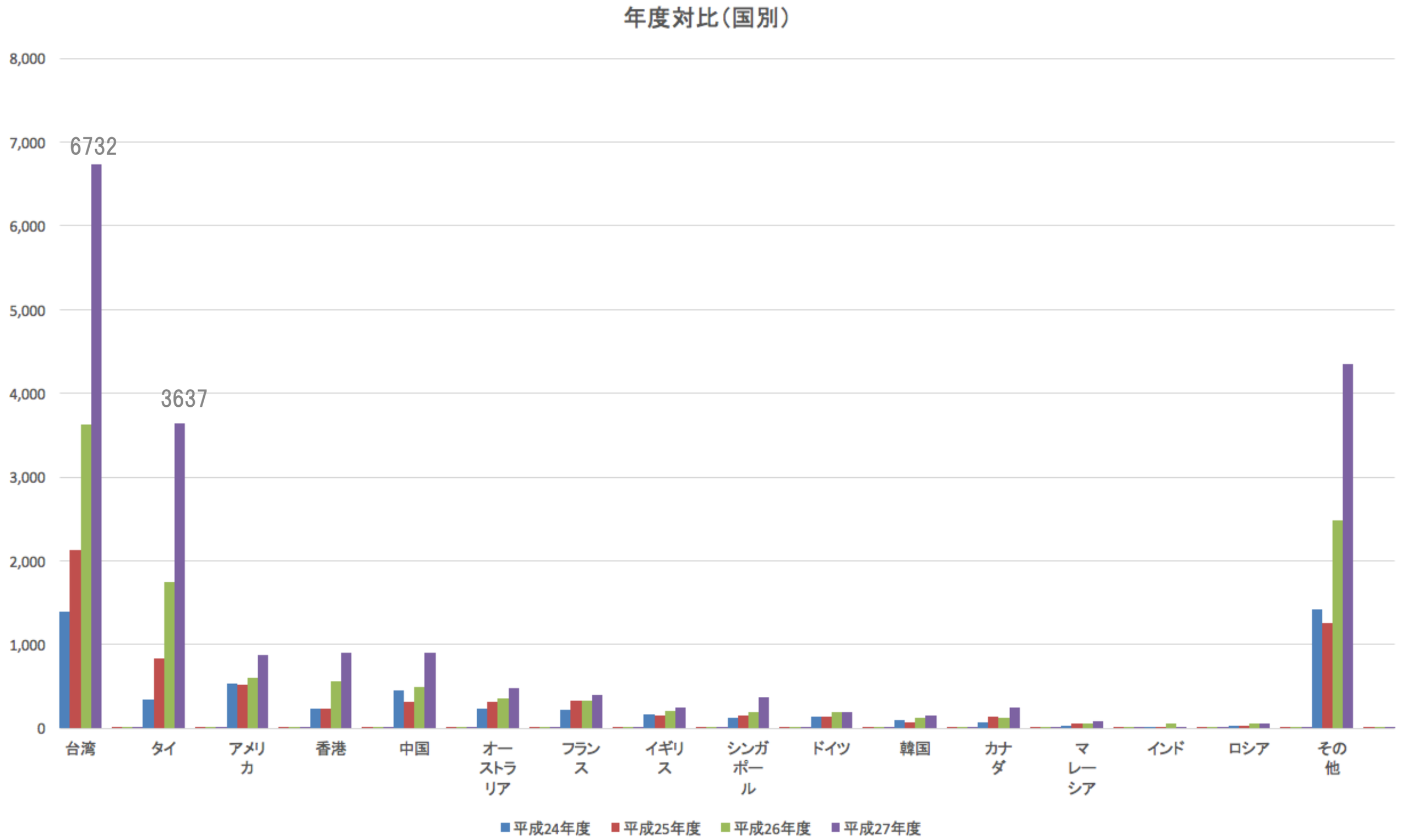
タイのテレビ番組・マジデジャパン【2014年1月】

トラベルマート（横浜）【2014年6月】

みなかみ町外国人宿泊者数の推移

* 平成24年度　5,493人
* 平成25年度　6,708人（122%）
* 平成26年度　11,222人(167%)
* 平成27年度　19,655人(175%)
* 平成28年度　25,126人(128%)

国別年度対比


年度対比（国別）
8,000
7,000
6,000
5,000
4,000
3,000
2,000
1,000
0
6732
3637
台湾
タイ
アメリカ
香港
中国
オーストラリア
フランス
イギリス
シンガポール
ドイツ
韓国
カナダ
マレーシア
インド
ロシア
その他
平成24年度
平成25年度
平成26年度
平成27年度

みなかみ町の観光入れ込み数

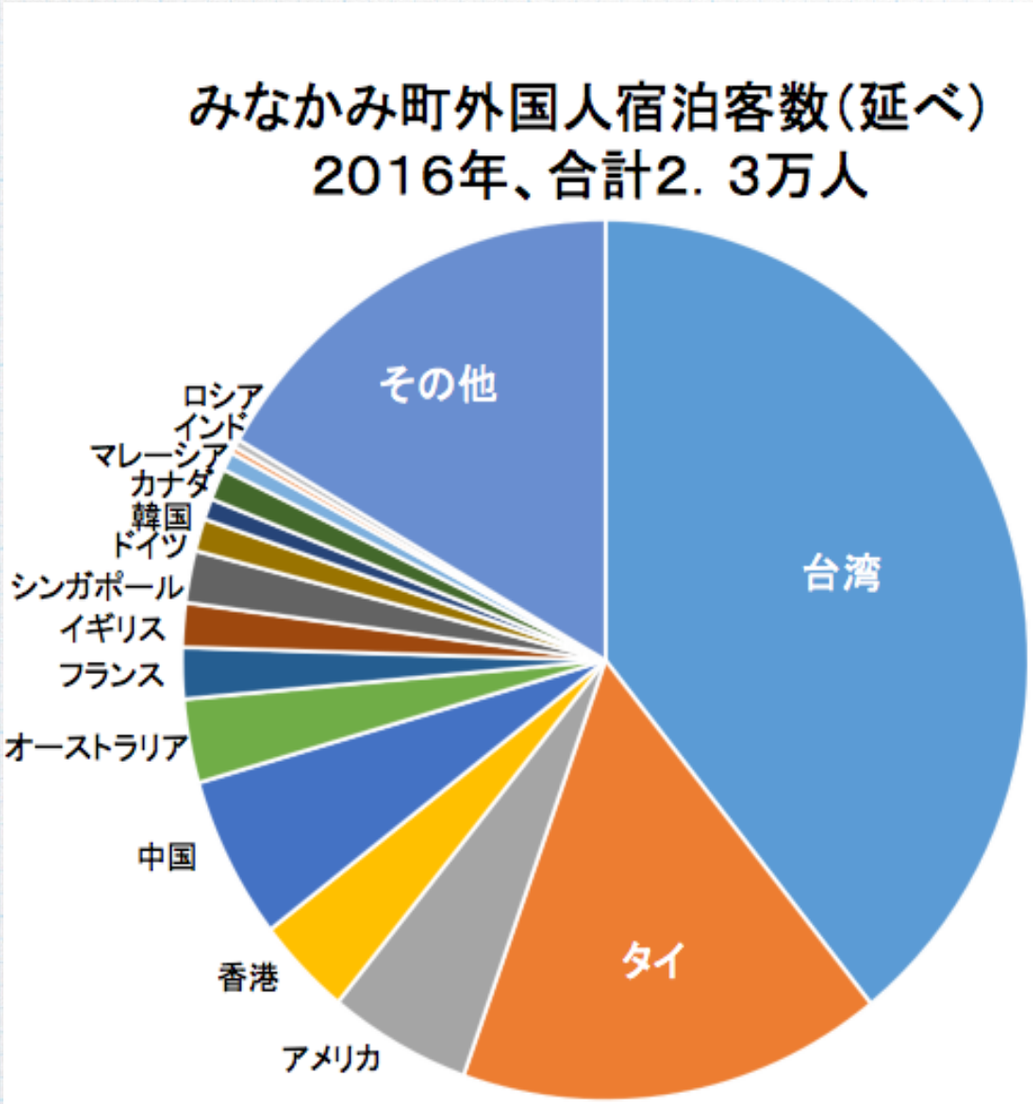
	観光客数	宿泊者数	日帰り客	外国人 宿泊客数	観光消費額
2011年度	420万人	110万人	310万人	2，266人	200億円
2012年度	436万人	114万人	322万人	5，493人	207億円
2013年度	417万人	109万人	309万人	6，708人	199億円
2014年度	430万人	115万人	315万人	11，222人	206億円
2015年度	376万人	111万人	264万人	19，655人	190億円
2016年度	390万人	113万人	277万人	25，126人	190億円

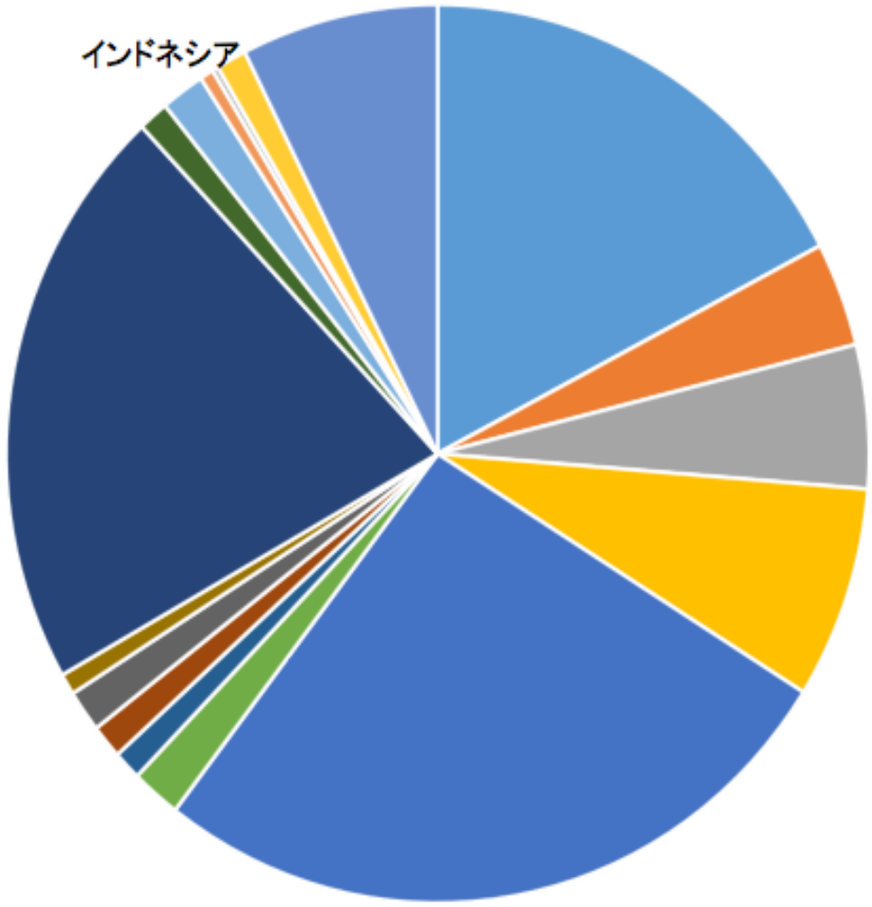
■観光客収容能力数（H29.7.1現在）

区分	ホテル 旅館	民宿	ペンション ロッジ	その他	計
軒数	60軒	47軒	22軒	5軒	134軒
収容能力	7,636人	1,482人	465人	254人	9,834人

DMO

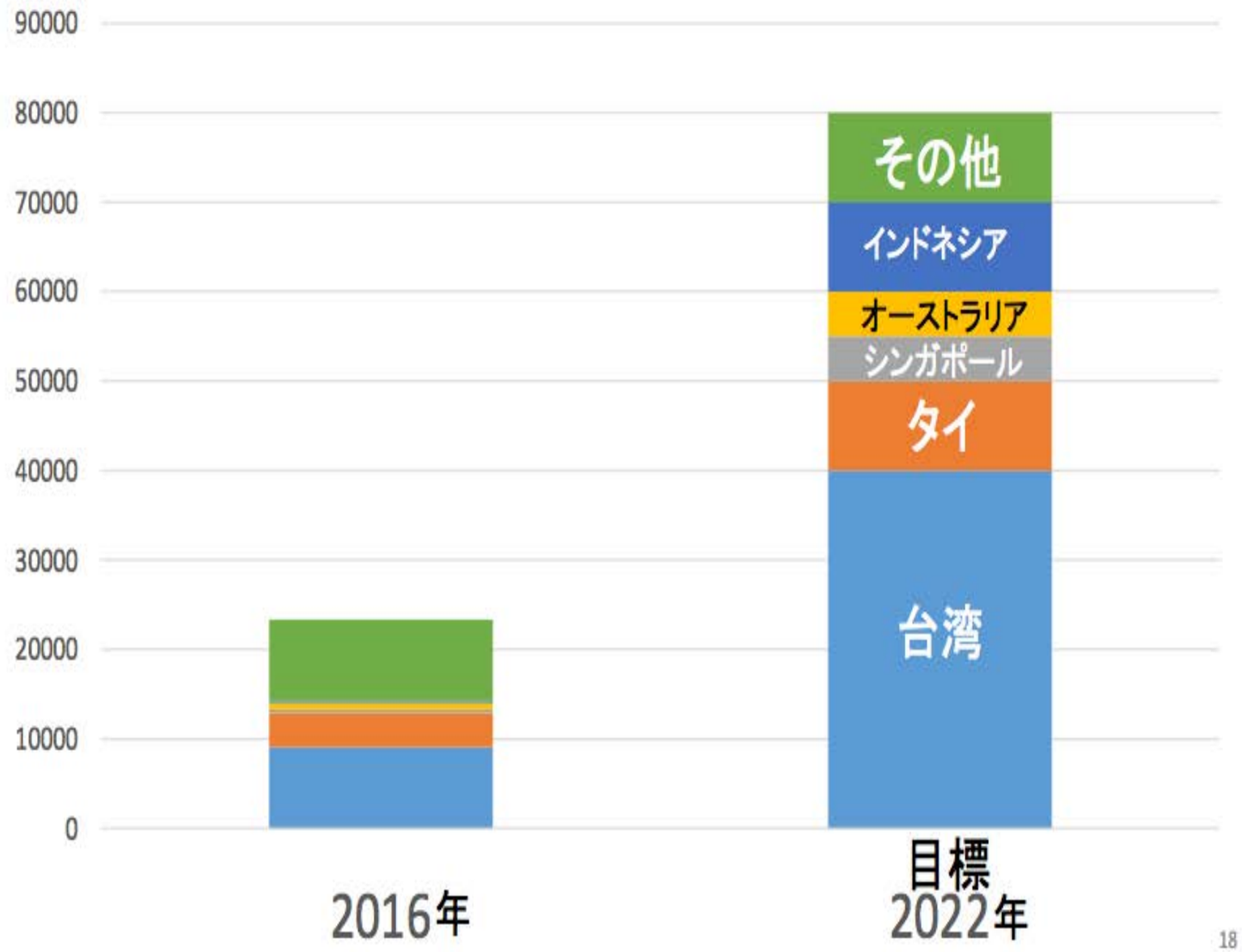
みなかみ版DMO内にインバウンド委員会が立ち上がり、今後のインバウンドについてターゲット国及び5ヶ年計画が作られた





現在及び将来に向けてバランスの良い市場を作る必要がある。つまり、すぐ効果が出るマーケットや、又、時間がかかるかもしれないが、将来的に大きな効果が期待できるマーケットも必要になるため、国を選定し、プロモーションを集中的に実施。

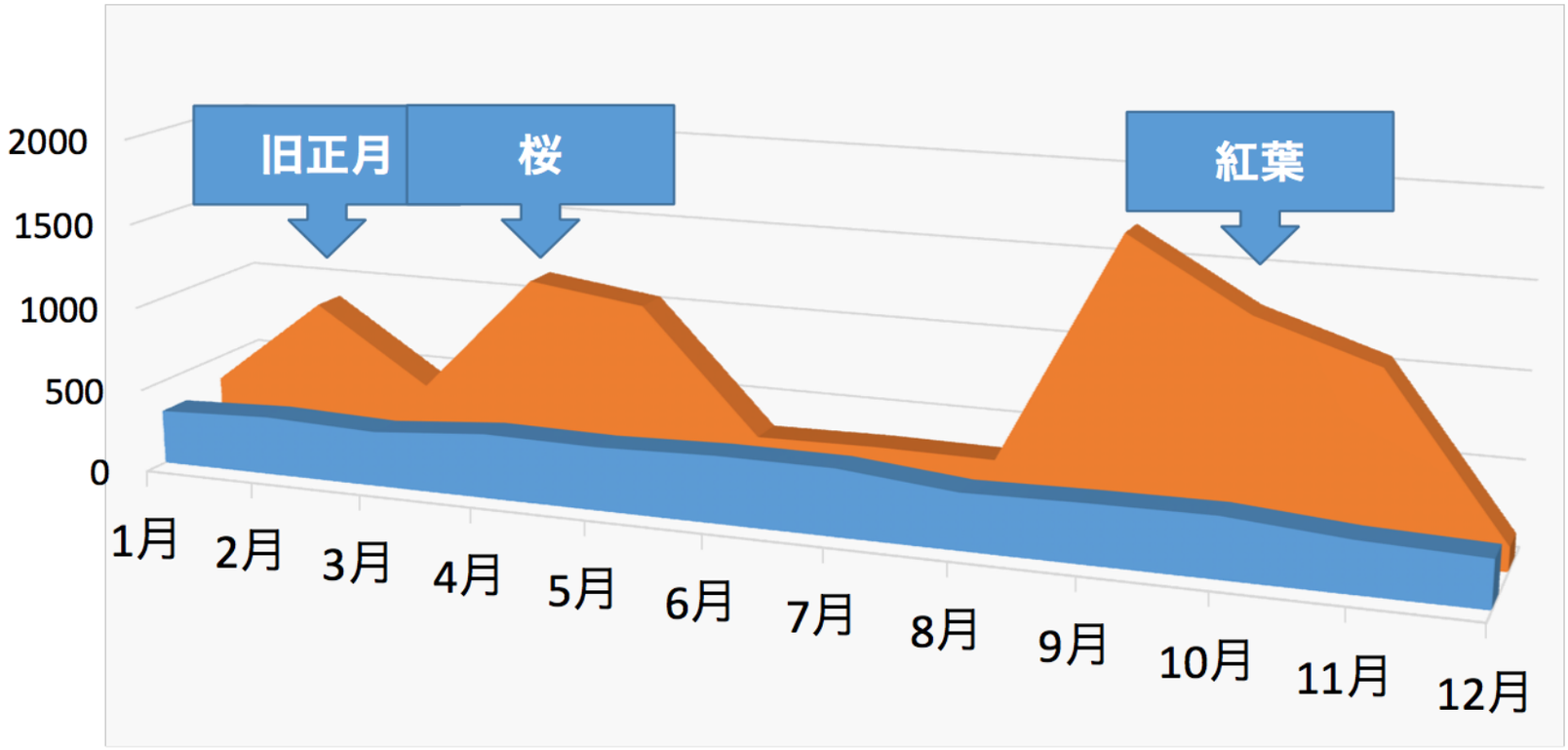
みなかみ宿泊客数、延べ



2016年の23，000人から2022年は8万人を目標に設定

①台湾（従来）

台湾
2016年

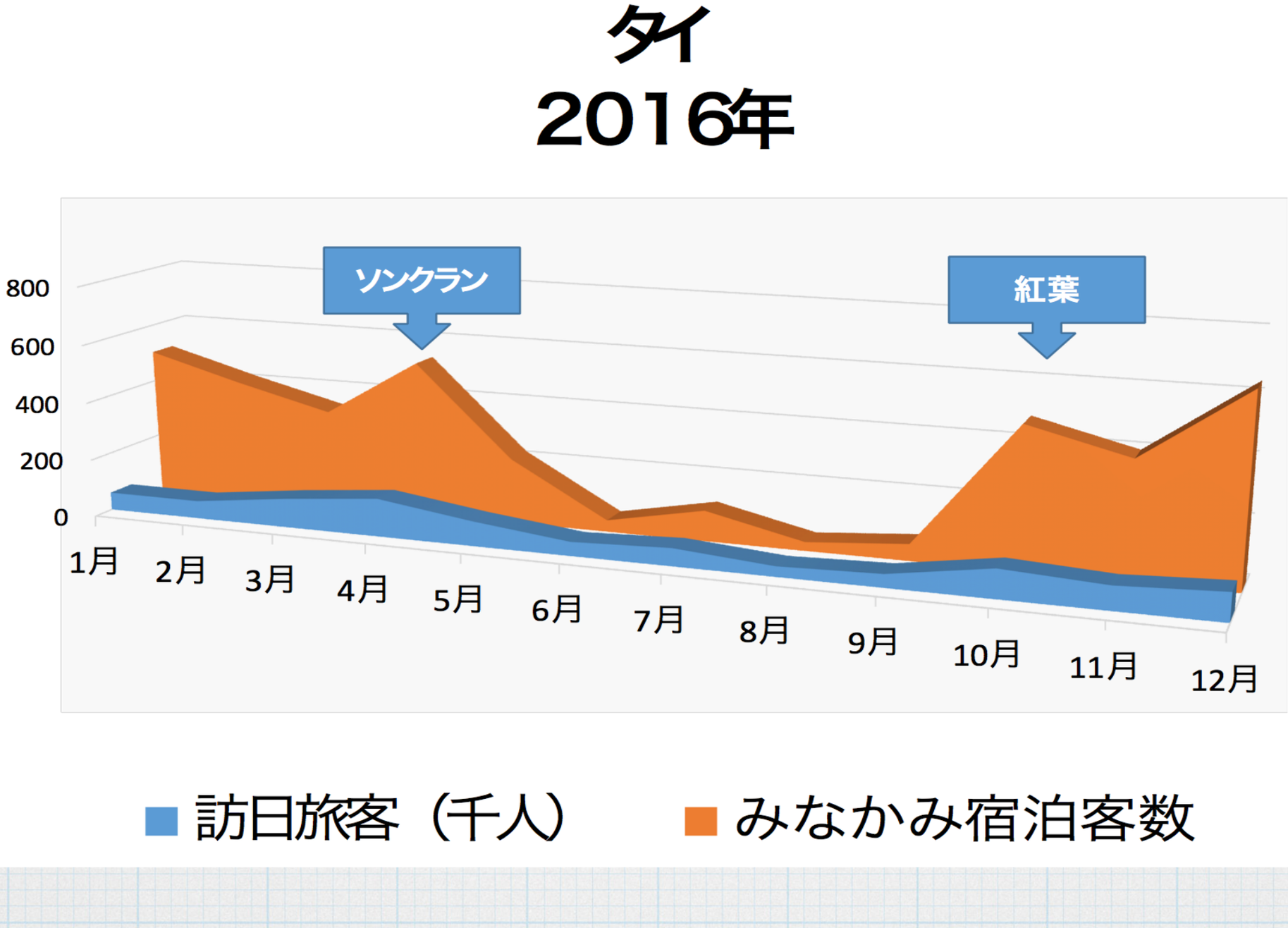


選択した理由等

- 台南市とみなかみ町が友好協定を結んでいる。台南市旅行商業同業公会とみなかみ町観光協会が友好協定を結んだ。
- 2016年度実施した台南市旅行商業同業協会向けモニターツアーを2017年度再度実施する。既に行っている試みは、さらに進めるべきである。
- 大台南国際旅展（12月）では、参加旅行会社は220社にのぼる。そこで、旅行商品を継続で売ってもらう。また、持っていくパンフのデザイン、紹介の仕方を改善すべき。
- 台南市の古民家を活用した事業「交流館みなかみ物語」：2017年2月11日～6月下旬まで開催されている。台南市の旅行社と連携して、旅行商品や観光情報の発信を行っている。
- 目標達成のため新都市として高雄を新たにターゲットとする。なぜなら高雄は台湾の第二都市であるし、高雄から成田への便が多い。
- 北投温泉祭は、もともと政治関係者との交流がメインの目的だが、パンフを持っていけば、FITも誘致できる。また、レール・パスがあることを現地の人たちは知らないので、東京ワイド・パスの認知の強化と、みなかみ紹介を出展のときに行う。
- ネットなどで口コミを増やしていく。ブロガーを増やすために、現地の旅行会社にいいブロガーを紹介してもらう。また、JNTOのSNSで情報発信してもらう。
- エージェント（旅行会社）経由で、小型・中型インセンティブツアー（社員旅行）市場を開発していく。（小型インセンティブは100人以下、中型インセンティブは、1000人以下のことである）。

2022年までの台湾人宿泊客数目標：4万人

②タイ（従来）


タイ
2016年
ソンクラン
紅葉
800
600
400
200
0
1月
2月
3月
4月
5月
6月
7月
8月
9月
10月
11月
12月
訪日旅客（千人）
みなかみ宿泊客数

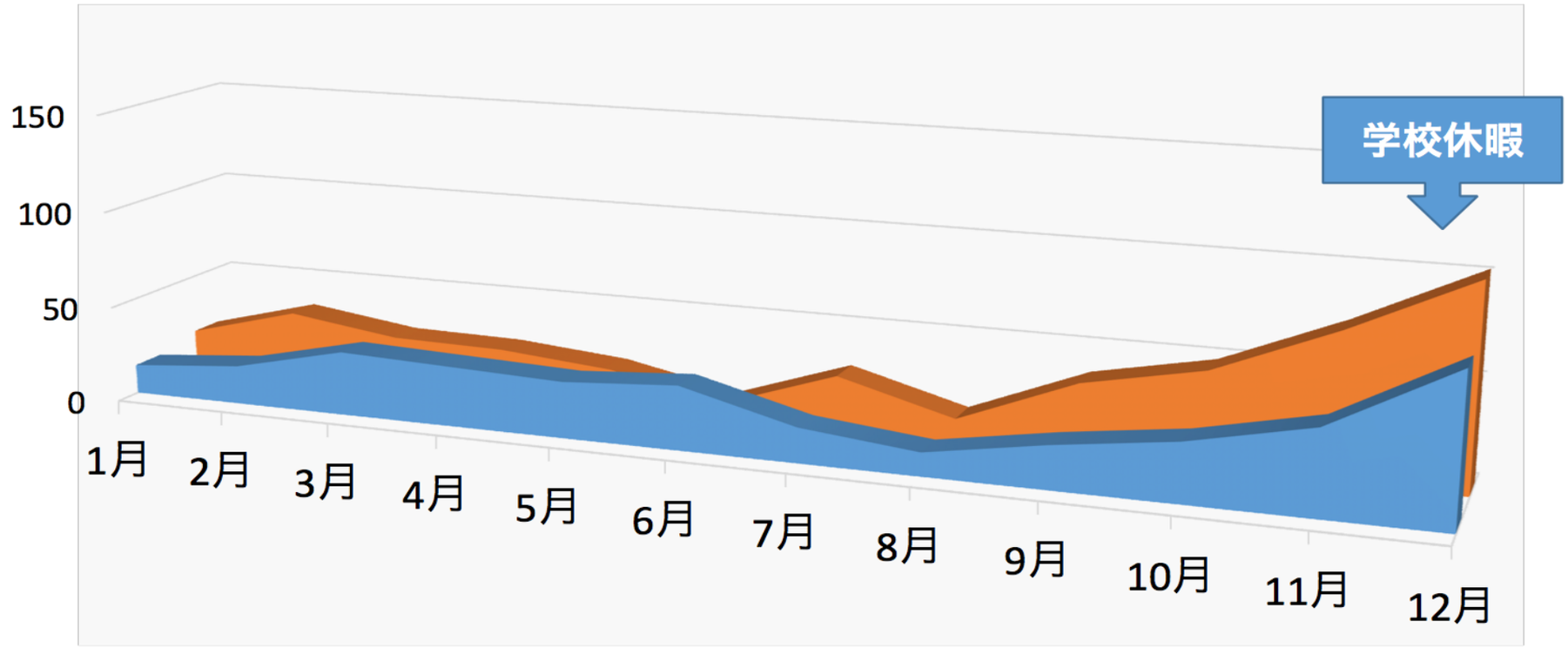
選択した理由等

- 継続は力なり。
- タイから来る観光客は、英語がしゃべれる人が多い。
- ソンクラン長期休暇があるので、4月に来る旅客が多い。
- アクティブな人もいるが、それ以外は非アクティブである。日焼けしたくない遠くまで歩きたくないが、タイの川が濁っているので、自然や滝を見るの は好き雪遊びをする。
- 第二都市チェンマイの人口はわずかバンコクの1/8なので、バンコク中心で活動する。
- 旅行商品作りを目的として、旅行会社をまわる。
- ブロガーの影響力が強いから、みなかみへの招待を増やしていく。
- JNTOのサイトを利用して、みなかみはどこにあるのか、どうやって行くのか、アクセスなどを旅客に伝える。
- タイの旅客が興味のある果物(いちご、リンゴ狩りなど)、花、景色の写真をSNSで発信する。
- タイの旅客はFITが多いので、これからは、冬の商品を紹介するために、夏(FIT)の旅行博に参加する。

2022年までのタイ人宿泊客数目標:1万人

③シンガポール（新）

シンガポール
2016年

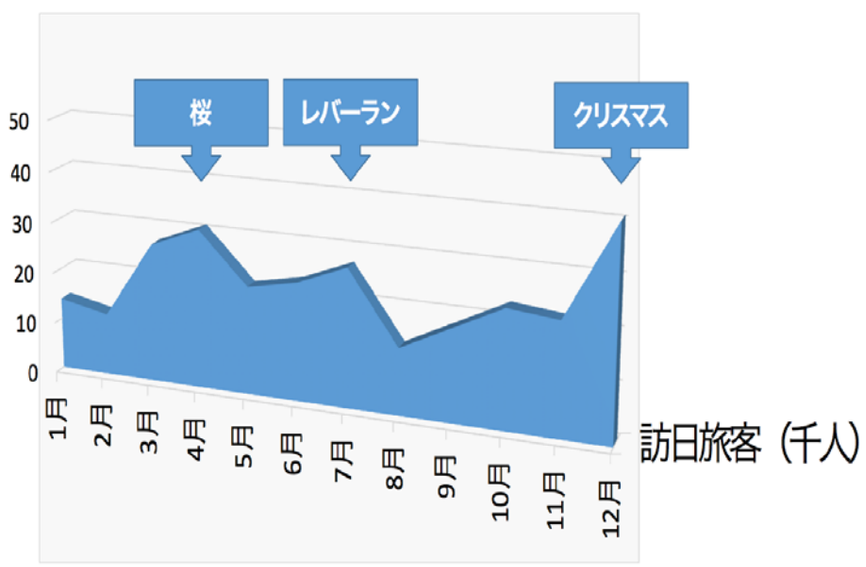


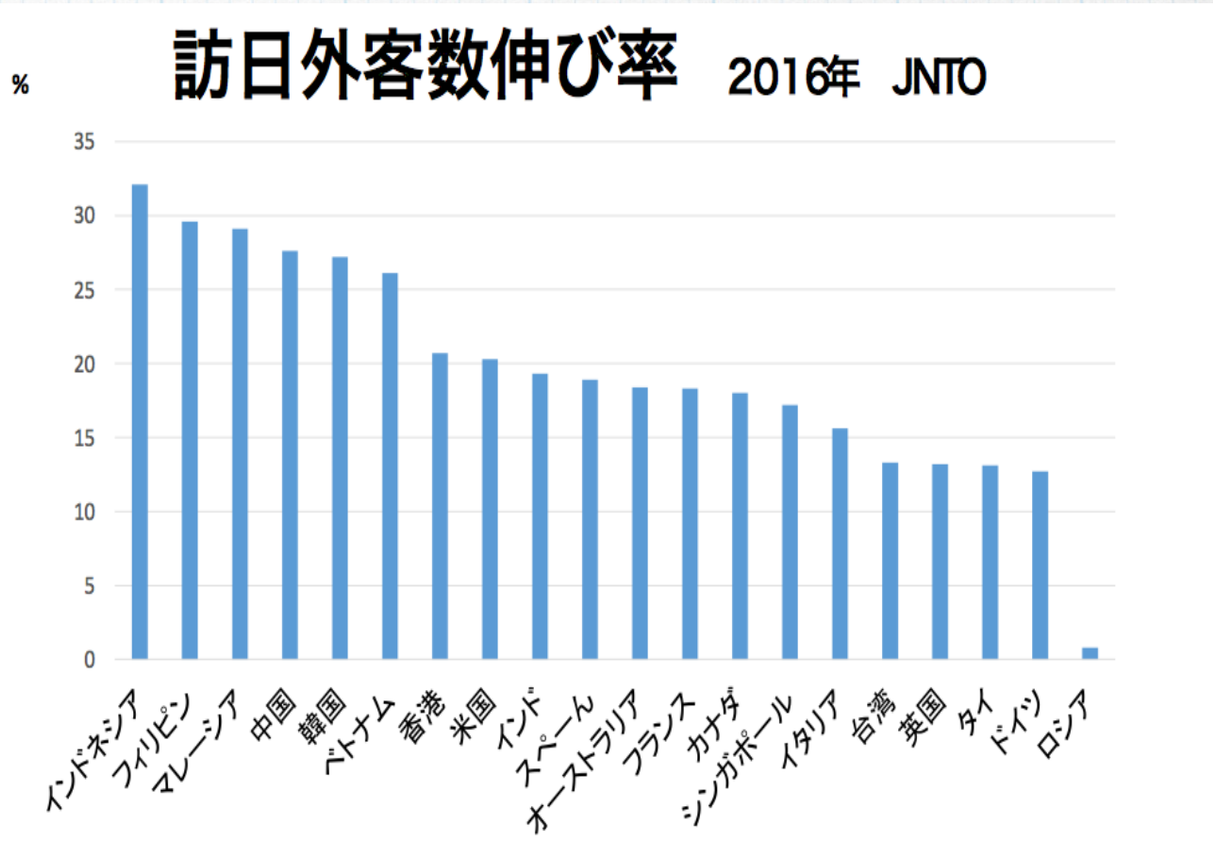
選択した理由等

* シンガポール旅客の9割はFIT、家族も多い。12月に長期学校休暇があるので、冬来る旅客は多い(スキーにも来る)。
* シンガポール旅客は大衆的な商品ではなく、ハイクラス商品を求めている。英語圏の国である。
* 県がシンガポールに力を入れている。
* JTB群馬支部、VISIT・JAPAN大使のジョージ・リム氏が7月・3月にシンガポールにおいてセミナーを開催する。そのため、みなかみのチラシを作る予定。リム氏が昨年2回みなかみを取材し、その様子を年4回シンガポールで発行の情報誌「GOJAPAN」(フリーペーパー)に掲載予定である。これはみなかみの春夏秋冬を知ってもらう良い機会となる。シンガポールだけでなく、マレーシアにも発信する可能性がある。7月15日のセミナーは秋・冬集客に向けたものがテーマになる。
* 旅行会社を訪問の場合、どの会社に行くか選ぶ必要がある。そちらの事務所に行って、プレゼンテーションするべき。
* 旅行博は大きなイベントであるので、その場で大勢の旅客が予約する傾向があるため、旅行博に出店すべき。又。旅行会社自ら主催する旅行博に参加するのは効果が高い。
* 英語版リリース、年4回、県経由でシンガポールへの媒体に発信してもらう。また、JNTOのFBへパンフレットを配布する必要がある。

2022年までのシンガポール人宿泊客数目標:5千人

④インドネシア（新）


インドネシア
2016年
桜
レバーラン
クリスマス
50
40
30
20
10
0
1月
2月
3月
4月
5月
6月
7月
8月
9月
10月
11月
12月
訪日旅客（千人）


%
訪日外客数伸び率　2016年　JNTO
35
30
25
20
15
10
5
0
インドネシア
フィリピン
マレーシア
中国
韓国
ベトナム
香港
米国
インド
スペーン
オーストラリア
フランス
カナダ
シンガポール
イタリア
台湾
英国
タイ
ドイツ
ロシア

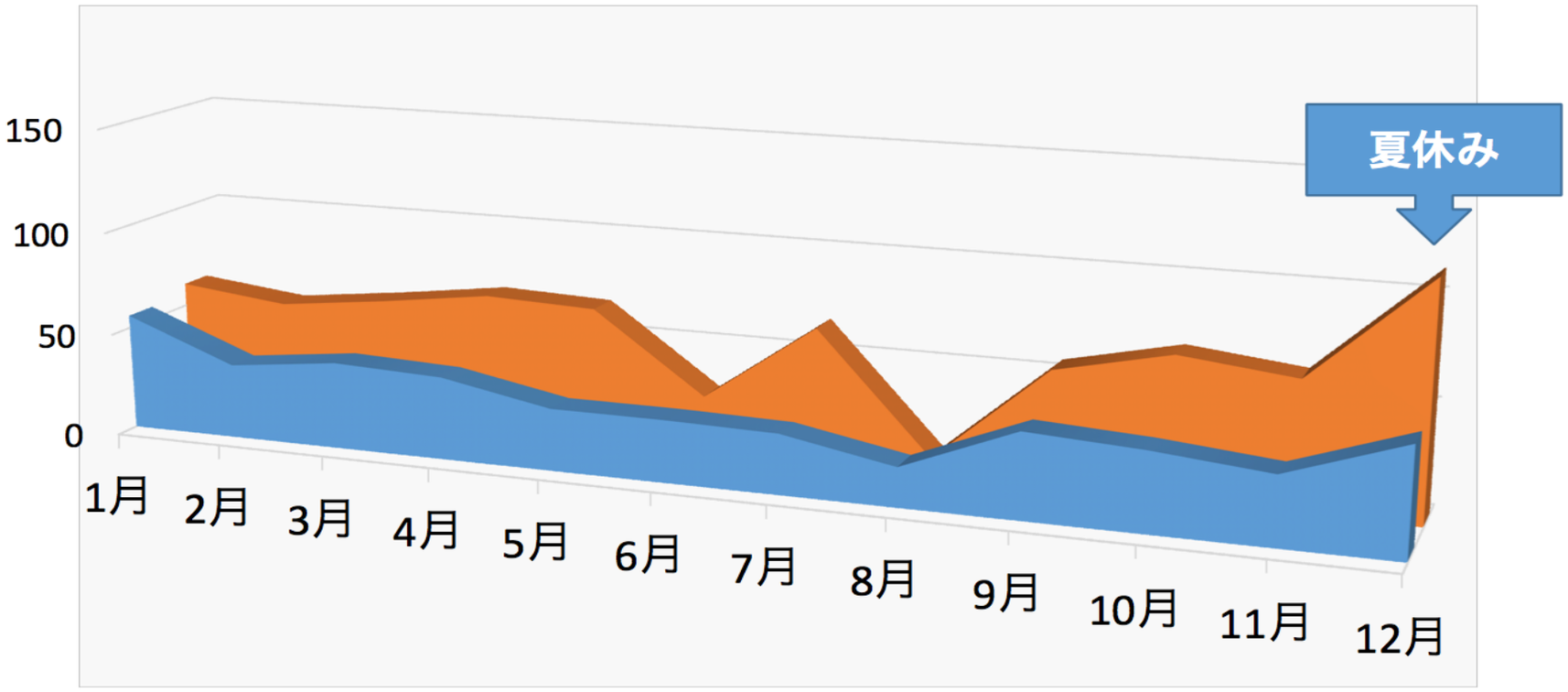
選択した理由等

- 2016年インドネシアは、訪日外国人中最大伸び率を占めた国である(前年対比132%)その内20・30代女性の割合が高い。
- 日本企業がインドネシアに力を入れているので、旅客は日本への関心が高い。
- ハラルに厳格な人は日本に来ないので、対応に苦慮しない。
- クリスマスは祝日だから、インドネシア人は冬海外旅行をする。
- エージェントや若者の英語力は高い。日本語学習者は90万人もいる。
- 「群馬県おもてなし学院」にインドネシアの生徒が多い。
- 総人口は、世界4位、約2億5千万人である。FB人口は世界2位、米国の次である。
- 旅行会社と繋がれば、FITにも繋がる。なぜなら、FITは旅行会社のパンフレットを参考にして、旅の日程を決める。そのため、旅行会社に行き関係を作る必要がある。

2022年までのインドネシア人宿泊客数目標:1万人

⑤オセアニア（オーストラリア・ニュージーランド）（新）

オーストラリア
2016年



選択した理由等

- リピーターが多い。
- オーストラリアのスキー客の滞在は、平均一週間ぐらいで、長い。
- 季節が逆で、売りやすい。
- エージェントを使えば、ファミリーを受け入れやすい。
- 12月中旬から1月末までは夏休みである。
- オセアニア人は穴場を探している。混雑してくると、次の場所へ移動する。常に新しいデスティネーションを探している。
- みなかみはオセアニア人に合っている。
- オセアニア総人口は約3千万人、その内スキー人口は約100万人である。バックカントリーの目的で来る。
- 2017年5月21日シドニースキーEXPOに、理事のマイクハリス氏も含めて、県が初めて参加する。県は草津、みなかみを売ってくれる予定である。このEXPOで情報収集して、今後の活動を決める。
- 2018年からメルボルンスキーEXPOに向けての参加も検討する。

2022年までのオセアニア人宿泊客数目標：5千人

インバウンド戦略、国内活動予定表

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
ツーリズムEXPOジャパン出展	県と共に参加				
トラベルマート出店	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
海外メディア・エージェント・クライアント等招聘	200万円	200万円	250万円 ラグビーW杯	300万円 オリパラ	200万円
インバウンド振興事業諸経費	35万円	35万円	35万円	35万円	35万円
町予算より振替分	120万円	120万円	120万円	120万円	120万円
合計	385万円	385万円	435万円	485万円	385万円

インバウンド戦略、従来の市場の活動予定表

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
高雄国際旅展（5月）	70万円	70万円	リビュー		
高雄の旅行会社をまわる	阿部さん通訳	阿部さん通訳	阿部さん通訳	阿部さん通訳	阿部さん通訳
訪日教育旅行説明会	45万円	受け入れる県内の学校	を増やす必要がある		
北投温泉祭出展	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
大台南国際旅展	80万円	80万円	80万円	80万円	80万円
台南市旅行会社モニターツアー	100万円	結果を見て、今後は検討			
ブロガーを増やす	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
インセンティブツアー開発	現地の旅行会社と組む	現地の旅行会社と組む	現地の旅行会社と組む	現地の旅行会社と組む	現地の旅行会社と組む
台湾合計	345万円	200万円	130万円	130万円	130万円
旅行会社をまわる	50万円、パサナさん案内	50万円、パサナさん案内	50万円、パサナさん案内	50万円、パサナさん案内	50万円、パサナさん案内
ブロガーを増やす	30万円				
タイの旅行展	20万円	30万円	30万円	30万円	30万円
SNS発信、果物など		20万円	20万円	20万円	20万円
タイ合計	100万円	100万円	100万円	100万円	100万円
従来市場の新機会	60万円	10 5万円	12 5万円	75万円	175万円

インバウンド戦略、新しい市場の活動予定表

	2017年度 300万円	2018年度 300万円	2019年度 300万円	2020年度 300万円	2021年度 300万円
ジョージ・リム氏 セミナー3月・7月	50万円				
旅行会社をまわる		50万円	50万円	50万円	50万円
旅行博参加		70万円	70万円	70万円	70万円
英語版リリス、JNTO					
シンガポール合計	50万円	120万円	120万円	120万円	120万円
旅行会社をまわる 5月・10月	40万円、5月に案内、 DMOの一人同行	40万円	40万円	40万円	40万円
旅行博、3月・9月	80万円	80万円	80万円	80万円	80万円
インドネシア合計	120万円	120万円	120万円	120万円	120万円
スキーエキスポー 参加、5月	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
オセアニア合計	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
新しい市場の新機会	100万円	30万円	30万円	30万円	30万円

インバウンド事業今後の取り組み

* 群馬県・雪国観光圏・カラーマジック事業（上越新幹線沿線協議会）・隣接自治体との連携強化

* ランドオペレーター及び現地旅行会社エージェントとの関係性強化

  インバウンド施策での連携を図り、現地説明会や商談会等に積極的に参加し、誘客を促進していく

* 訪日教育旅行の推進（将来のリピーター育成）

  ターゲットとする国・地域においてみなかみ町の観光情報が発信され、旅行商品が販売されるように、みなかみ町への国別モニターツアーやファムトリップ等の実施

* 外国人観光客の満足度調査の実施

* 観光施設受け入れ態勢の強化（外国語対応、案内及び誘導サインなど）

* 二次交通、ATM、クレジットカードなど