

第2回 日タイ観光WGの開催

2024年5月7日

会場：タイ王国 観光スポーツ省2F会議室（対面・オンライン併用）

出席者：（タイ側）【コアメンバー】

観光スポーツ省：モンコン副次官（共同議長）、パッタナシリ観光部長、プリヤパー国際部長

タイ政府観光庁（TAT）：タリニー東部アジア副部長（オンライン参加）

持続可能な観光のための指定地域管理局（DASTA）：ワンビヴァ戦略管理部長（オンライン参加）

コンベンション・エキシビジョンビューロー（TCEB）：スパニッチMICE部長

研究開発推進機関「タイ科学・研究・イノベーション」（TSRI）：スパワディ上級専門家

【講演者】

国家経済社会開発委員会（NESDC）：スリヨン シニアアドバイザー

研究開発推進機関「タイ科学・研究・イノベーション」（TSRI）：スパワディ上級専門家

（日本側）【コアメンバー】

運輸総合研究所：奥田専務理事 / アセアン・インド地域事務所（AIRO）所長（共同議長）、富田AIRO次長

観光庁：河田観光戦略課長（オンライン参加）

在タイ日本国大使館：山川一等書記官

日本政府観光局（JNTO）：川崎参与（オンライン参加）、土居バンコク事務所長

【講演者】

観光庁：河田観光戦略課長

株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター：沢登センター長

開催背景

運輸総合研究所では、タイ王国観光・スポーツ省と協力し、2023年12月に日タイ観光ワーキンググループを立ち上げた、キックオフとして第1回WGを実施。

今回（第2回）は、テーマを「国と地方のアイデンティティ・地方への観光客誘致のための原動力～日タイにおける戦略的取組とベストプラクティスについて～」とし、日タイの観光関係有識者が両国の政策的取組や地域の観光の担い手であるDMOの現状、観光地の魅力を磨き上げていくための体制づくりや課題について、具体的な事例を交えたプレゼンテーションを行い、活発な議論を行った。



■開催概要

1. 開会挨拶

(1) モンコン副次官

- ・今回のWGは、国・地方のアイデンティティを活用し、タイと日本の観光を促進させるためのよい機会である。
- ・観光とアイデンティティは密に連携するもの。両国は、独自のアイデンティティを活用し、質の高い観光を創出する可能性を秘めている。

(2) 奥田専務理事

- ・タイのソクラン、日本の大型連休後に、地方への観光客誘致の原動力について議論することは時宜にかなったものである。
- ・地方の観光資源の磨き上げの具体例、その主体となるDMOについて日本側から発表を行う。

2. 有識者説明及び質疑応答

(1) 観光庁：観光戦略課 河田課長

テーマ：政府における「地方誘客」の戦略的取組～日本における観光政策の取組～

少子高齢化が進む日本においては観光産業の重要性が高まっており、日本政府はコロナ以前から観光促進のための施策を実施。日本へのインバウンド数並びに消費額は大きく成長し、コロナの影響で一時落ち込んだものの、2023年にはコロナ前の水準に戻っている。その現状を踏まえ、新たな観光立国推進基本計画ではインバウンドの「地方誘客」が重要事項として位置づけられ、具体的な取組がなされている。地方の観光促進においてはDMOの役割が大きく、食や現地での体験などを含めた地域の観光資源を活用したコンテンツ造成を行っている。国がDMOを中心とした地方への誘客を促進する取組を支援し、地方経済への裨益を図っていくことが重要である。

Why tourism policy matters in Japan?

 Japan Tourism Agency
Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Economic Growth
Regional Revitalization

Enriching Travelers' Mind

Resident Pride
in local culture

International Mutual
Understanding

This multifaceted significance of tourism remains unchanged even today, when sustainability in a broad sense has become a global issue.

In today's increasingly complex international situation, international two-way exchange of people is becoming even more important.

- Tourism Nation Promotion Basic Plan, 2023

5

政府における「地方誘客」の戦略的取組～日本における観光政策の取組～（河田課長説明資料）

(2) じゃらんリサーチセンター 沢登センター長

テーマ：地域における「地方誘客」の戦略的取組～地方誘客に必要な3つのMsについて～

DMOを中心とした地方誘客の課題に対する解決のために必要となる3つのMsは、Marketing、Management、Monetizeである。Marketingでは気仙沼市を挙げ、「気仙沼クルーカードアプリ」の取組により顧客にダイレクトにMarketingができるようになった。また、Managementでは箱根DMOを挙げ、観光関連事業者各々の業務とDMOが行うべき業務の漏れや重複を整理し、全体のとりまとめはDMOの職員が行い、官民の職員もプロジェクトリーダーとして活躍できるマネジメントを行うことで、官民一体となって活動できる体制づくりをしている。Monetizeでは、自主財源の確保の事例として、熱海市を挙げ、25年度から宿泊税を導入（予定）し、使用用途をDMOが決定する権限を持つという点が特長的である。地方への誘客のためには、機動的なDMOの下、今後も継続した顧客管理・ニーズ把握、マーケティングが重要である。

Summary

[DMO goals]
To manage and understand the needs of tourists and other customers in the region, and to continue to implement marketing measures (attracting tourists to the regions) to encourage local consumption

What is needed for DMO regional management

The three **M**s that DMOs need

(C) Recruit Co., Ltd. All rights reserved. 24 変わる地域の、力になります。リサーチセンター

地域における「地方誘客」の戦略的取組～地方誘客に必要な3つのMsについて～（沢登センター長説明資料）

(3) 国家経済社会開発委員会 (NESDC) スリヨン シニアアドバイザー

テーマ：国のアイデンティティ・観光客誘致の原動力

現在、政府はソフトパワー委員会を設置し、(1) 食 (2) スポーツ (3) 祭り (4) 観光 (5) 音楽 (6) 文学 (7) 映画 (8) ゲーム (9) 芸術 (10) デザイン (11) ファッションという11の産業分野の振興を強調し、アイデンティティの振興に注力している。ソフト・パワーを推進する重要な政策には、One Family One Soft Power (OFOS) 政策が含まれ、観光客誘致および経済促進で重要な役割を果たしている。観光政策では国のアイデンティティとして5つのコンテンツ (5F : Food, Film, Fashion, Fighting, Festival) を打ち出し、観光プロモーションを展開するとともに、タイの観光事業をより加速させるためのIgnite Thailand戦略を開始した。これらを通じて、タイの観光を急速に成長させ、さらなる成功を目指していく。

03

Strategy 1
Elevate the Tourism Experience

- Promote Thailand as a multi-faceted tourism destination
- Enhance the overall visitor experience

Strategy 2
Highlight Thai Uniqueness and Charm

- Showcase Thailand's unique stories and cultural heritage
- Add values to natural attractions and cultural assets to create high-value tourism

Strategy 3
Develop Key Cities and Interesting Destinations

- Establish seamless connections between key cities and interesting tourism destinations
- Increase tourism flow and disperse tourism income.

Strategy 4
Establish Thailand as an ASEAN Tourism Hub

- Facilitate seamless air, land and sea travel between Thailand and its ASEAN Neighbors
- Enhance regional connectivity by integrating infrastructure and promoting the ASEAN PASS

Strategy 5
Transform Thailand into a World-Class Event Hub

- Attract and host world-class events in various fields, including music, sports, gastronomy, and lifestyle
- Position Thailand as a premier destination for global event experiences

IGNITE THAILAND'S TOURISM

国のアイデンティティ・観光客誘致の原動力（スリヨンシニアアドバイザー説明資料）

(4) 研究開発推進機関「タイ科学・研究・イノベーション」(TSRI) スパワディ 上級専門家

テーマ：タイ観光アイデンティティの開発

タイは文化財・ソフトパワーを活かし、持続可能な高付加価値観光及び認知度の低い観光地への誘客促進に注力している。TSRIの観光事業指標の中で、クリエイティブエコノミーがKPI項目の一つと設定され、プロジェクトの事例として7流域の食文化や国内の鉄道を活用したもの、メタバースを活用したムエタイの海外拡散、ウェルネスツーリズム関連、チェンマイのフェスティバル等が挙げられる。これらは、産官学の連携によって進められている。



タイ観光アイデンティティの開発 (スパワディ上級専門家説明資料)

3. 議論

- ・地域観光を担う組織について、タイではDMOの自立が難しいという現状にも触れ、DMOが中心となってその地域の魅力を創出し、プロモーション等を戦略的に推進していくことが重要であり、国は地域の自主性を尊重していくことが必要であること、DMOと産官学との連携の可能性について議論が行われた。
- ・また、少子高齢化に伴う競争力、創造力、事業への影響について高齢者の経験、若者のスキル、デジタル等の活用を通じ観光サービスの質を確保し高付加価値を創出していく必要性についても議論が行われた。
- ・さらに、実際にタイで行われたソンクラン等の大型イベントの地方開催や開催時期の分散化を通じた、旅行客数を制限しないオーバーツーリズムへの取組等についても議論が行われた。
- ・最後に、国や地方が持つアイデンティティを活用し、高付加価値を創出して地方での誘客を図ることの重要性を確認するとともに、推進主体としてのDMOの下で地域の魅力創出やプロモーション等に戦略的、かつ継続的に取り組んでいくことの重要性、少子高齢化に伴う観光サービスの質の確保に取り組む重要性を共有した。

4. 閉会挨拶

(1) モンコン副次官

- ・日タイの観光における協力をサポートいただき、JTTRI及び関係者の皆様に感謝申し上げます。
- ・今回のWGでの日タイのアイデンティティの活用に対する知識、意見を踏まえて、自国の観光産業をさらに発展させることを心から願っている。

(2) 奥田専務理事

- ・本日の講演、議論を経て日タイ双方における地方への誘客の取組、課題、解決策についてお互いに理解が深まったと考える。
- ・今後、本WGでの議論を取りまとめた上で、両国ひいてはASEAN各国の関係者に共有することを目指したい。