



## NEANET・OOA新研

# 国際観光と「越境EC」

## ーウィズ&ポストコロナ期・観光の救世主ー

鈴木 勝

大阪観光大学名誉教授

(元・桜美林大学教授)

国連・世界観光機関ツーリズム・エキスパート

北東アジア輸送回廊ネットワーク(NEANET)理事

OOA新研究会会員

E-mail: masarusuzuki0308@gmail.com

<http://tourism-nippon.com/> <sup>1</sup>

## <目次> 国際観光と「越境EC」 ーウィズ&ポストコロナ期・観光の救世主ー

### 1. はじめに

### 2. コロナ禍大打撃の国際観光と“観光立国ニッポン”

### 3. 復活シナリオ ー「国内観光」&「国際観光」

- ・(国内)「徹底的な“掘り起こし”」「GO TO 2.0」
- ・(国際)「コロナ感染拡大の抑止」「ワクチンパスポート」「トラベルバブル」

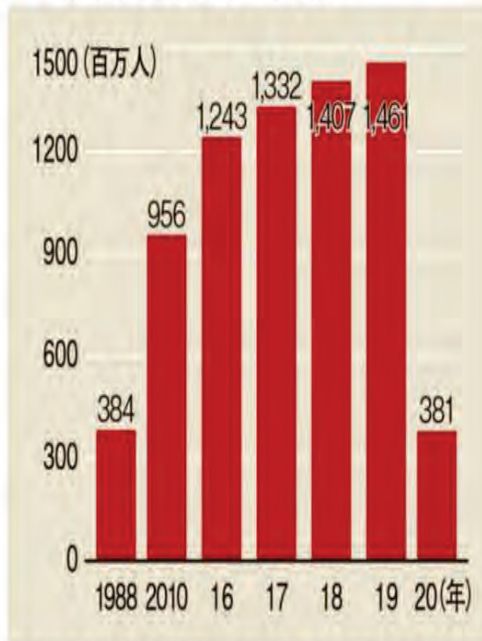
### 4. 「国際観光」と「越境EC」の関係

- ・「国際観光」と「EC」「越境EC」
- ・「越境ECは、国際観光の救世主！」
- ・越境ECの実際と将来ーPRE/WITH/POSTコロナ(オンライン・ツアー＋越境EC)

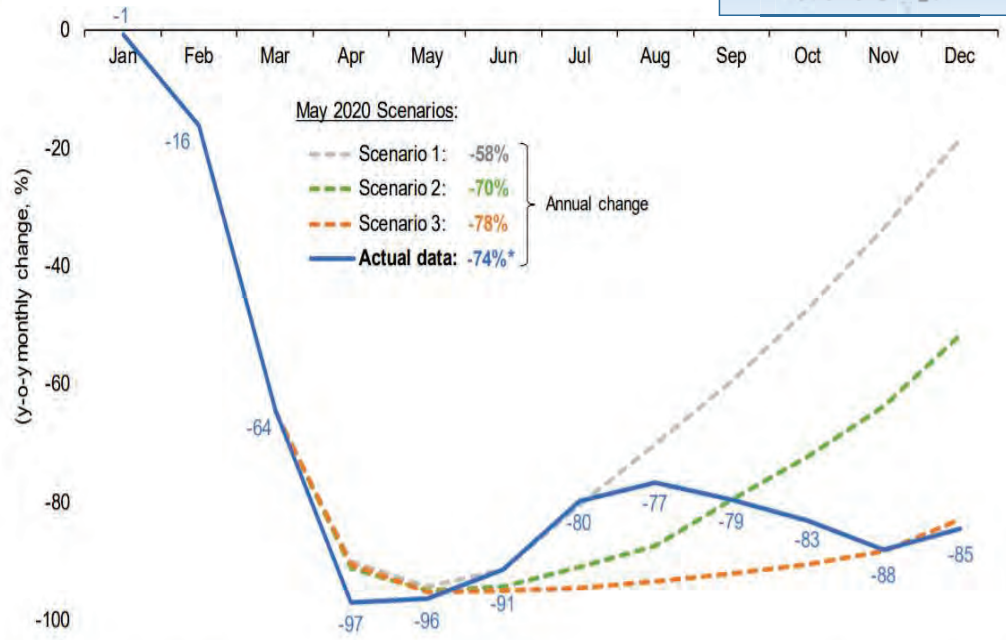
### 5. 最後に～「観光リピーター」と「越境ECリピート購入者」～

## 2. コロナ禍大打撃の国際観光と“観光立国ニッポン”

### ●国際旅行者数の推移



資料：UNWTO ※宿泊を伴う旅行者の到着数



Source: World Tourism Organization (UNWTO)

(Data collected January 2021)

\* Actual data is preliminary and based on estimates for destinations which have not yet reported full-year results.

変異株の現出etc.  
↓  
「シナリオ3」に

## 2. コロナ禍大打撃の国際観光と“観光立国ニッポン②

### 訪日外国人数 直近10年間 2020年版

Visitor Arrivals to Japan for last 10 years — 2020

travel voice  
www.TravelVoice.jp

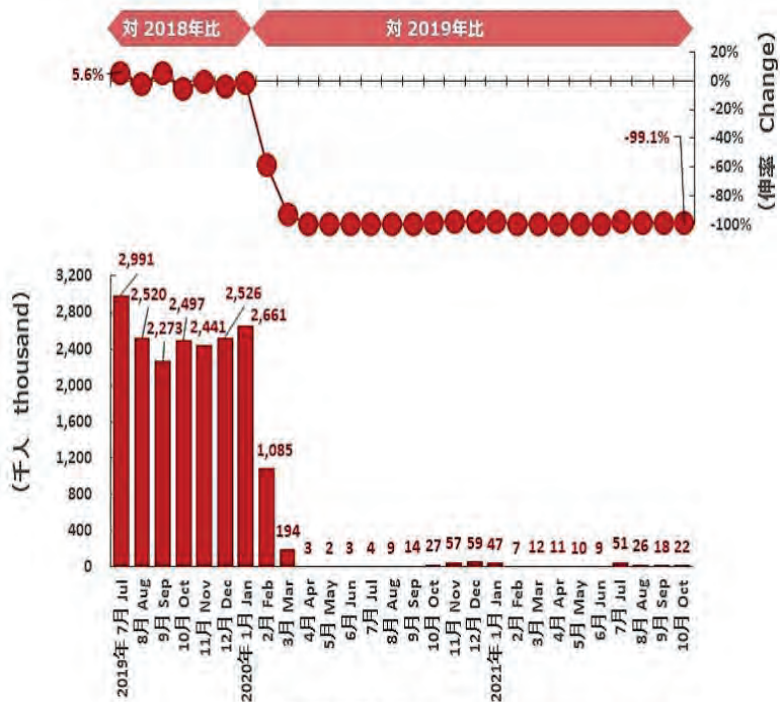


出典：日本政府観光局 Source: Japan National Tourism Organization

### 訪日外国人数 2021年10月期

Visitor Arrivals to Japan in Oct. 2021

travel voice  
www.TravelVoice.jp



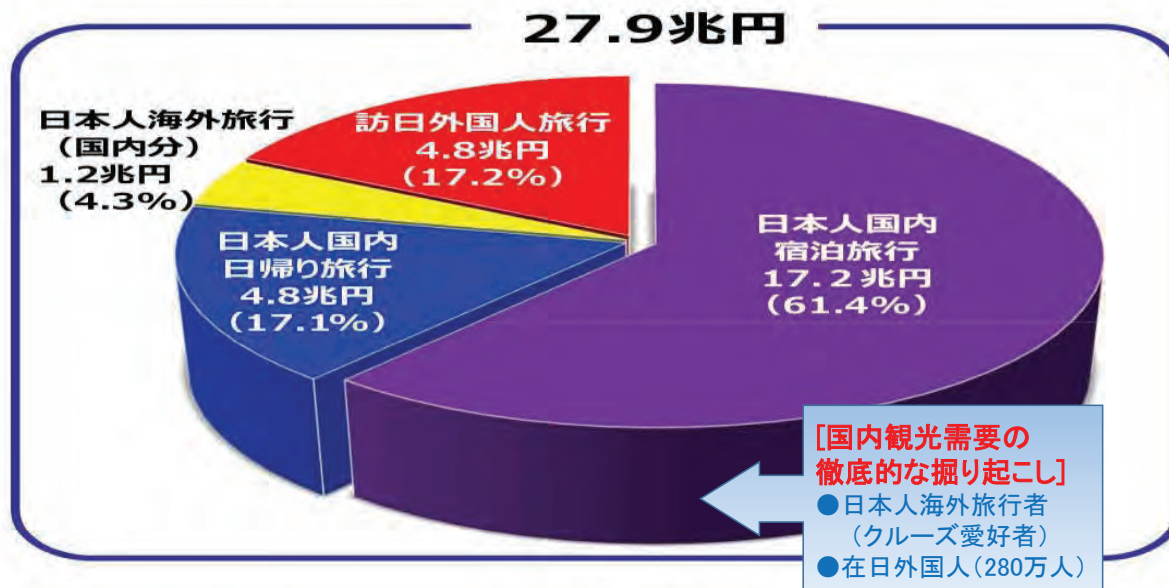
出典：日本政府観光局 Source: Japan National Tourism Organization



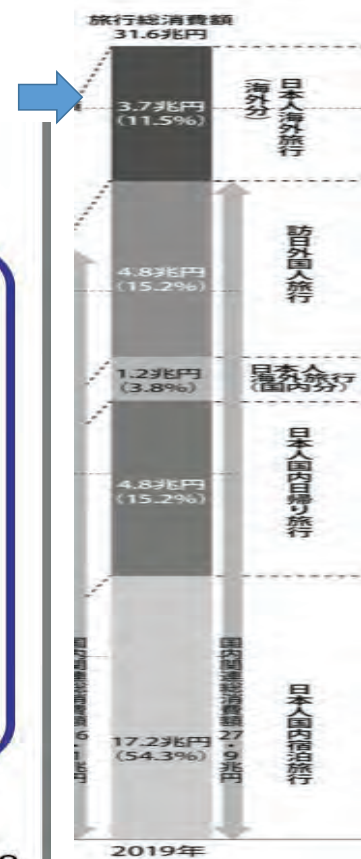
### 3.復活シナリオ「国内観光復活」&「国際観光復活」

[観光白書2020]

(図表 I -31) 日本国内における旅行消費額



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」より作成



### 3.復活シナリオ「国内観光」&「国際観光」②

(ビジネス、実習生/留学生、VFR親戚知人訪問、一般観光etc.)

#### ☆「コロナ感染拡大の抑止」(経団連・提言etc.)

「早期治療を可能とする医療提供体制の整備」・「積極的な検査の実施」・「帰国・入国後隔離措置の適正化」

#### ☆「ワクチン・検査パッケージ」「ワクチンパスポート(新型コロナワクチン接種証明書)」

海外の渡航先への入国時に、相手国等が防疫措置の緩和等を判断する上で活用されるよう、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種の事実を公的に証明するものとして、接種者からの申請に基づき交付するもの(日本政府・外務省)。

#### ☆観光再開の方法

##### ●「トラベルバブル」(TRAVEL BUBBLE)(特定の条件が満たされたバブル[泡]の中の人々だけが自由に行き来)

例：「オーストラリア⇄シンガポール」(11月21日開始⇒隔離なしの国際往来：11月19日豪首相発表)

「オーストラリア⇄日本」&「オーストラリア⇄韓国」(2021年内、開始予定：11月19日豪首相発表)

「シンガポール⇄韓国」(11月15日開始)

「台湾&パラオ」(4月1日開始⇒急遽、中止⇒8月14日に再開)

「韓国⇄サイパン」(7月24日開始)

##### ●RE-OPENING(国・地域)

※ 11月下旬…南アフリカからの変異種「オミクロン」による「観光再開への影響」

#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係

・「国際観光」と「EC」&「越境EC」

### 「近年の訪日外国人旅行者の増加がもたらす影響」観光白書(JTA)

Impact (1): 消費(売上高・・・“爆買い”etc.)

Impact (2): 地域経済

Impact (3): 投資(ホテルetc.)

Impact (4): 輸出(越境EC)

＜ウィズ・コロナ＞  
ヒトの出入国制限  
↓  
モノが国境を越える

●「EC」とは、「SNSや通信販売サイトなどのオンライン上で行う『電子商取引』(Electronic Commerce)のこと」  
(国内自社サイトでの販売、国内ECモールへの出店、海外ECモールへの出店、海外自社サイトでの販売など)

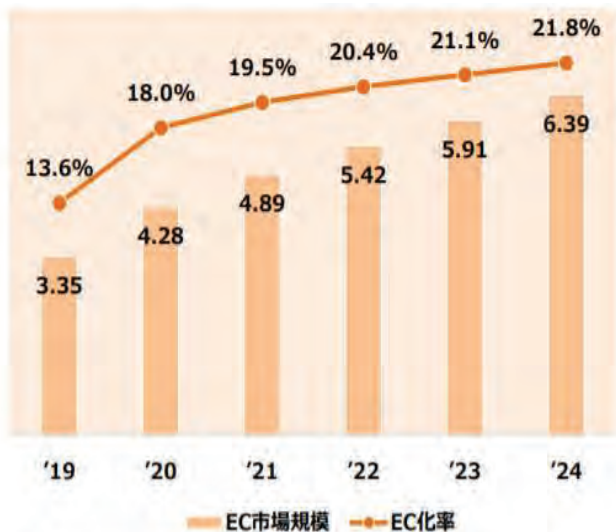
●「越境EC」とは、国境を超えて行われるECサイトの取引のこと。

Cross-border shopping is any purchase made by consumers from retailers or providers located in a country other than the country in which a particular consumer is resident.

(EU COMM.欧州委員会)

#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係 ・「国際観光」と「EC」&「越境EC」②

[世界の B to C-EC市場規模(旅行・チケットを除く)  
(単位:兆USドル)] (2020:推計値/2021-24:予測値)



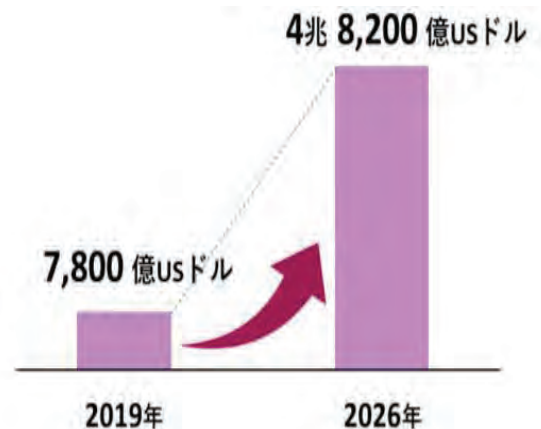
出所: eMarketer, December 2020 をもとに作成

但し含まないもの: 旅行やイベントのチケット、料金支払い関連、税金、送金、フードサービス、ギャンブル等

資料) 電子商取引に関する市場調査(経済産業省2021年7月)

「国内EC」以上に、  
「越境EC」が高い成長率！

#### [世界の越境EC市場規模の拡大予測]



出所: Facts & Factors.発表データをもとに作成

<https://www.fnfresearch.com/cross-border-b2c-e-commerce-market-by-category-852>

資料) 電子商取引に関する市場調査(経済産業省2021年7月)



#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係 ・「越境ECは、国際観光の救世主」

[世界の EC市場規模(旅行・チケットを除く)]

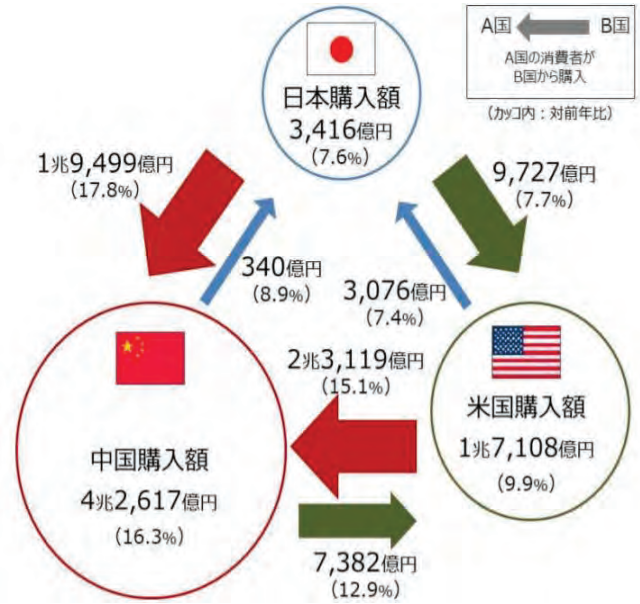


出所：eMarketer, May 2020、Dec 2020 をもとに作成。

ただし含まないもの：旅行やイベントのチケット、料金支払い関連、税金、送金、フードサービス、ギャンブル等。また中国は香港を含んだ数字ではない。

(資料：電子商取引に関する市場調査：経産省2021)

[日本・米国・中国 3 カ国間の越境 EC 市場規模推計  
(単位：億円)]



(資料：電子商取引に関する市場調査：経産省2021)

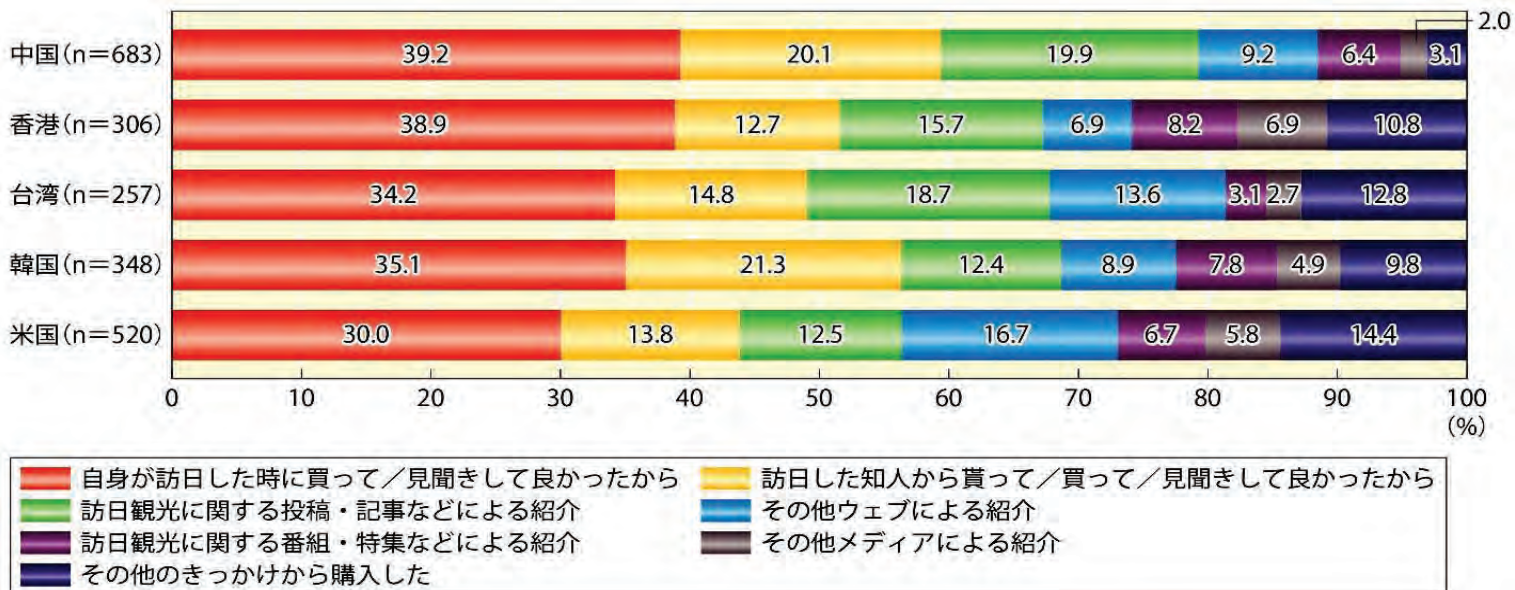
#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係

・「越境ECは、国際観光の救世主」②

観光白書平成30年版(概要版)

(資料)JETRO「中国の消費者の日本製品等意識調査」に基づき観光庁作成

[日本製品の購買のきっかけ]



資料：アンケート調査に基づき観光庁作成

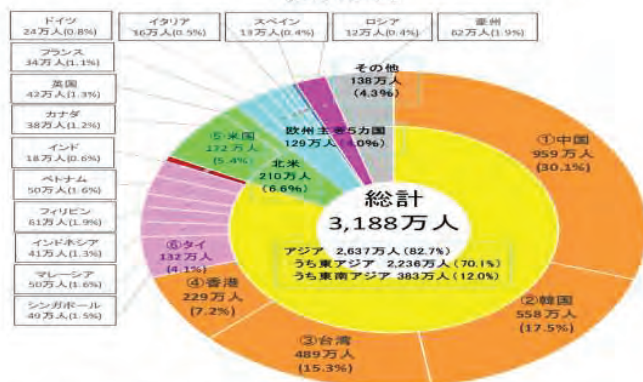
注1：各国・地域ともに、商品ごとの購買きっかけを合計して単純に構成比を算出したものである。

注2：調査時点 2018年(平成30年)2月



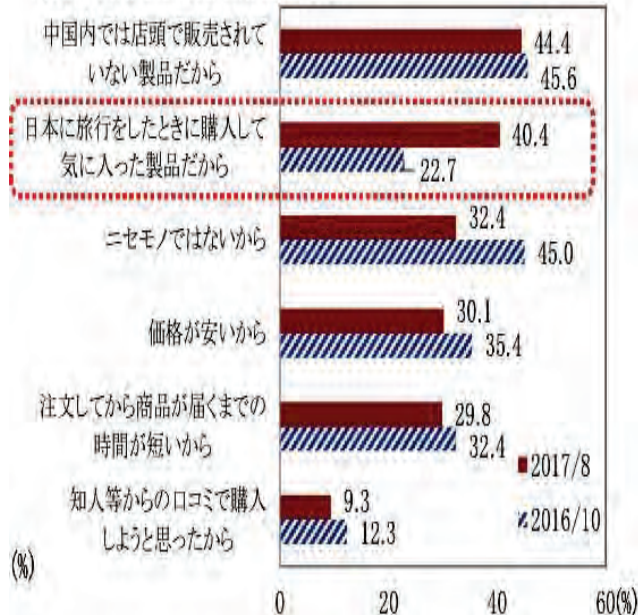
#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係 ・「越境ECは、国際観光の救世主」③

(図表 I-11) 訪日外国人旅行者の内訳 (2019年)



[中国における越境EC・購買理由]

(複数選択, n=962(2016/10), 992(2017/8))



(資料)JETRO「中国の消費者の日本製品等意識調査」に基づき観光庁作成

#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係 ・「越境ECは、国際観光の救世主」④

2020年消費傾向:「日本ロス消費」(訪日ラボ2021.1.07抜粋)

<https://honichi.com/news/2020/11/18/ecranking/#ecranking-2-1>

●2020年の消費傾向の特徴としてあげられることとして、新型コロナウイルス感染拡大の影響により日本への旅行が難しくなったため、ECでの購買意欲の増加につながったこと。

●従来から人気のアニメやゲームといったJapanコンテンツ以外にも、ライフスタイルに寄り添う商品も日本からオンライン(EC)で購入する傾向。

##### [地域的特色]

<東アジア> 日本アニメの熱烈ファンが多い。フィギュアやトレーディングカードの需要。陶磁器、カメラ、ブランド品、万年筆、知育玩具など

<東南アジア> 日本ブランドへの信頼。バイク、カーパーツ、時計などの高品質なアイテム。ゴルフ、フィッシングなどのホビー用品。包丁などの調理器具。

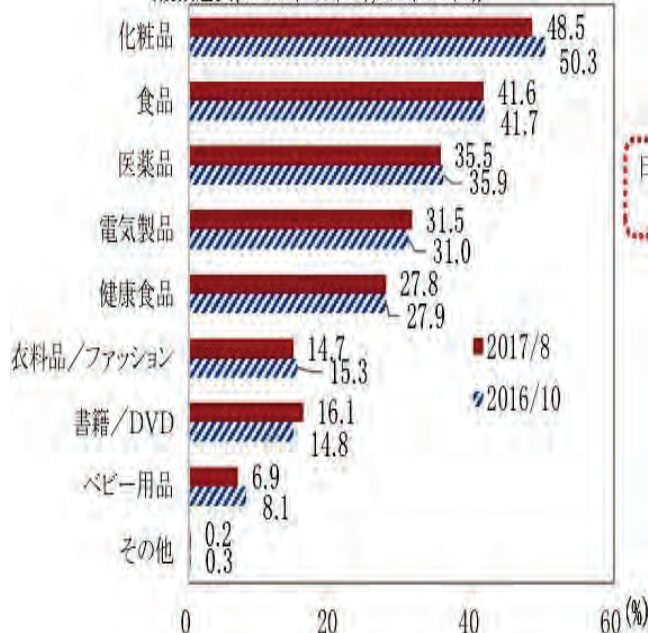
<アメリカ> Japanカルチャーが人気。おもちゃ、ゲーム、コミック、アニメ系が人気。ビデオゲーム、アニメコンテンツ。ゴジラなどの特撮系。

<ヨーロッパ> 伝統文化の志向。配送料が高いがこだわりの強い商品。盆栽用具、浮世絵、武具など日本の伝統文化に関わる商品。洋楽CDやレコードなどオーディオ関連や楽器。

(資料)BEENOSグループ集計「2020年1月1日～2020年9月30日」

[中国における越境EC・人気商品]

(複数選択, n=799(2016/10), 828(2017/8))



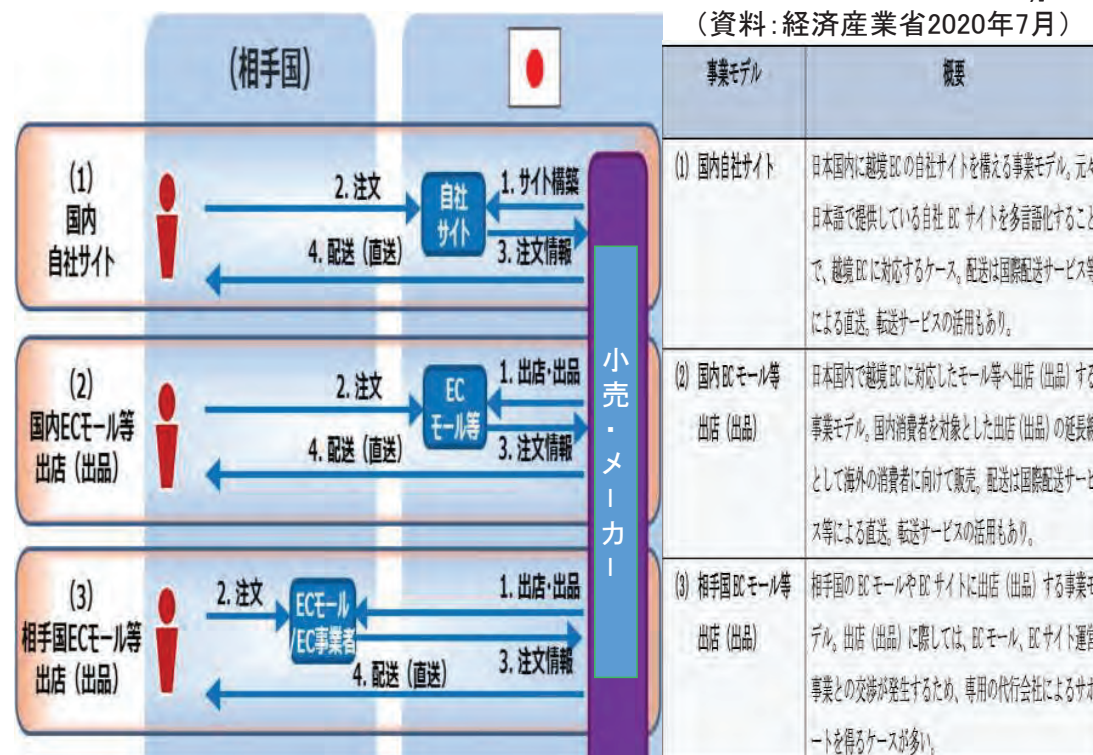
(資料)JETRO「中国の消費者の日本製品等意識調査」に基づき観光庁作成



#### 4.「国際観光」と「越境EC」の関係 ・「越境ECは、国際観光の救世主」⑤

[越境 EC の事業モデル (「電子商取引に関する市場調査」から抜粋)]

(資料: 経済産業省2020年7月)



日本企業が出店しやすい注目の海外ECサイト10選【最新版】

- ①【中国】天猫国際 (T-MALL GLOBAL) / 天猫商城 (Tmall.com)
- ②【中国】京东商城 (JD.com)
- ③【アメリカ】アマゾン (Amazon.com)
- ④【アメリカ】メルカリ (mercari)
- ⑤【インド】アマゾン・インディア (Amazon.india)
- ⑥【台湾】PChome / PChome商店街 (PCホーム)
- ⑦【韓国】G-market (Gマーケット)
- ⑧【タイ】Lazada Thailand (ラザダ)
- ⑨【シンガポール】Lazada (ラザダ)
- ⑩【香港】HKTVmall (網上購物)

<https://www.digima-japan.com/knowhow/china/4746.php>

#### 4.国際観光と越境ECの双方関係・越境ECの実際と予測 —PRE/WITH/POSTコロナ

##### [1]越境ECの実際—岐阜県飛騨高山市— [PREコロナ 2017年5月]

外国人観光客の来日前・来日中のPRはできていても、「来日後」へのPRはできているでしょうか。帰国後に、「あれ美味しかった、また食べたい!」、「次も行きたい!」など「買ってくれる・探してもらう」にはどうすれば良いか? それを実現するのが越境ECです! [インバウンド→アウトバウンド(越境EC)→外国人観光客リピーター量産というループを]

(資料: 岐阜県HP/公益財団法人ソフトピアジャパン  
<https://www.softopia.or.jp/events/20170519ouentaiseminar/>)

<ウイズ・コロナ>  
ヒトの出入国制限



- ・モノが国境を越える
- ・POSTコロナ観光活性化へ

##### [岐阜県庁]WITHコロナの実例(2021年3月)

ECコマースを活用した“モノ×観光”の一体的PR  
〇“匠の技”と呼ばれる岐阜県が誇る伝統産業「美濃和紙」「関の刃物」「陶磁器」「木工」などの県産品。  
・旅行前や帰国後の買い物を可能とするとともに、県産品の販路拡大につなげるため、楽天(株)と連携し、フランス及びアメリカ向けECサイトに“匠の技”が生み出す県産品など60商品(18社)を販売。

[伝統産業PR: フランス語にて: 資料岐阜県&PR TIMES]

■フランス語 <https://fr.shopping.rakuten.com/event/gifu>



PR TIMES

参加 無料

Web コア 飛騨開設記念セミナー  
～インバウンドからアウトバウンドへ～  
越境ECで外国人観光客のハートをキャッチ

Web CORE

2017年  
5月19日 金  
13:30～16:00

会場 高山市民文化会館 2-5 会議室  
定員 50名(先着順)  
参加費 無料



#### 4.「国際観光」と「越境EC」の双方関係

##### ・越境ECの実際と予測—PRE/WITH/POSTコロナ②

#### [2]「越境ECの実際」(WITHコロナ実例:青森県)



AOMORI 青森特輯

Powered by  
Amazing  
AOMORI

本特輯介紹了來自充滿了蘋果香氣的土地・青森的美味食品以及精美工藝品。  
青森的蘋果產量占全日本的一半以上，根據季節不同，可以收穫富士、土岐等不同種類的蘋果。本次特輯介紹了可以發送海外的蘋果食品以及其他人氣商品。除此之外，我們也蒐集了  
扇貝食品 日本酒等美食，以及木製品 玻璃製品等精美工藝品。請您一定要把握這個機會入手來自青森的熱門商品！

(青森県の越境ECは台湾向けにスタート。その他、アメリカ、香港、イギリス、シンガポール、バーレーンなど、結果として広い地域で商品が購入されている)。

資料：青森県HPから抜粋/BEENOS<https://netshop.impress.co.jp/node/8453>

#### 4.「国際観光」と「越境EC」の双方関係

##### ・越境ECの実際と予測—PRE/WITH/POSTコロナ③

#### 【青森県】平成31年度青森県ライフ系プロダクト海外展開促進事業費補助金

- 概要：海外販路の獲得のため、対象国の薬事関連法等を踏まえた輸出可否の確認、既存商品の処方改良、販売促進及びマーケティング調査等の取組。

- (1) 輸出コンサル等の輸出支援者との連携による海外販路開拓（委託を含む。）
- (2) 海外バイヤー又は輸出商社との商談（商談地は国内外問わず。）
- (3) 輸出対象国現地調査の実施
- (4) 越境ECの展開

##### ・支援の詳細：

- ・専門家謝金、専門家旅費、職員旅費、会場借上費、通信運搬費など
- ・パッケージ及び広告物、ホームページ制作費、越境EC\*登録及び構築費、通訳・翻訳費など

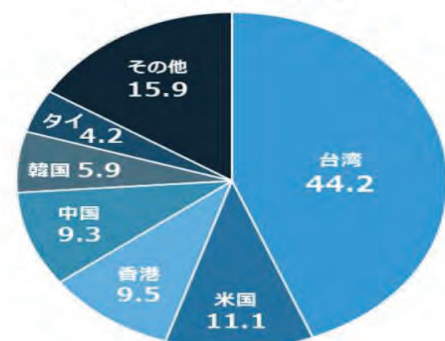
補助金額：補助対象経費の1/2相当額もしくは100万円以内。

- ・募集時期：随時受付（予算が無くなり次第終了）

- ・URL：[http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/shoko/sozoka/31\\_lifehojokin\\_2.html](http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/shoko/sozoka/31_lifehojokin_2.html)

- ・相談窓口：新産業創造課

青森県への国別訪問構成比



観光庁「訪日外国人消費動向調査 2019年年間値の推計 集計結果」

訪問地（都道府県47区分および地方運輸局等10区分）別 回答者属性の青森県の構成比を元にBEENOSが作成

#### 取組の背景(青森県庁担当者のコメント)

新型コロナウイルス感染症の影響により渡航制限等がある中、青森県内企業を支援するため、今回の取組を実施することとしました。越境ECに挑戦したくても、1社だけでは超えられない翻訳や決済、物流などの壁があります。青森県の支援によってその壁を取り払い、少しでも多くの事業者様に海外販売にチャレンジいただければと思っています。

新型コロナウイルス感染症の収束はまだ見えないですが、この取組により台湾のお客様に青森の魅力を知っていただき、将来的にはぜひ青森を実際に訪れていただければと思います。



#### 4.「国際観光」と「越境EC」の双方関係 ・越境ECの実際と予測—PRE/WITH/POSTコロナ④

##### ●オンライン・ツアー X 「越境EC」(コト消費 + モノ消費)

### [3] 越境ECの実際 「海の京都 与謝娘酒造 オンライン・ツアー」(2021年)

国の「重点支援DMO」に選定された一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社(通称:海の京都DMO)は、オンラインツアー×越境ECによるインバウンド向け施策として、台湾人観光客に向けた「海の京都 与謝娘酒造オンラインツアー」

(資料:「海の京都DMO」HPから抜粋  
一般社団法人・京都府北部地域連携都市圏振興社  
/BEENOS Travelビーノストラベル(株)発表)



#### 4.「国際観光」と「越境EC」の双方関係 ・越境ECの実際と予測—PRE/WITH/POSTコロナ⑤

アリババ・ニュース (JNTO) 2021年度下期予算  
アリババ、日本政府観光局 (JNTO) の中国向け観光プロモーションを初支援  
オンラインツアー×ライブコマースの統合型バーチャル旅行体験を提供  
中国の消費者に日本8地域の魅力・特産品を伝え、地域経済を支援  
[https://jp.alibabaneews.com/jnto\\_alibabajapan\\_special\\_promotion/](https://jp.alibabaneews.com/jnto_alibabajapan_special_promotion/)

##### 【第1回 オンラインツアーの概要】



29日九州でKOLによるライブ配信の様子

対象地域：九州、中国でも人気のくまモン（熊本熊）とコラボし、熊本城や湯布院温泉、指宿温泉を巡ります。熊本地震からの復興状況もお伝えします。

日時：9月29日（水）15時（日本時間）から3時間程度

紹介される地域産品：九州産の日本酒・焼酎、即席ラーメン、伊万里焼・有田焼など  
フリギアアプリ上の特設ページ（※スマートフォンでご覧ください）：

[https://f.m.taobao.com/wow/pone/pcraft/common/fupr?wh\\_pid=common%2Fribenlvyouju](https://f.m.taobao.com/wow/pone/pcraft/common/fupr?wh_pid=common%2Fribenlvyouju)

#### 4.「国際観光」と「越境EC」の双方関係

- ・越境ECの実際と予測—PRE/WITH/POSTコロナ⑥

#### [4]越境ECの実際

##### 海外イタリア「ワイナリー観光＋ワイン」

～フィレンツェ個人旅行完全版！～  
**it フィレンツェ・イン・タスカ**

イタリア現地からお届け！オンラインワイナリーツアー

＼おうちからバーチャルツアー！／  
**オンライン  
ワイナリーツアー**

生産者も参加！

大好評のオンラインワイナリーツアー！日本のお家にいながら、イタリアのワイナリー見学ができます！  
イタリア現地からソムリエがご案内します。  
生産者への質問コーナーで、直接質問できます！

<https://firenzeintasca.com/winerytour-online>

#### Happy Wineset

当店人気のワインセット。  
毎日のテーブルに、特別な日に。



特別な夜には特別な泡を。  
プレミアムなワインセットでおもてなし。



カラフルボディがずらり並ぶと壮観。  
サプライズプレゼントやお土産にも。



最高の夜をずっと忘れないように。  
シャンパーニュにも劣らないゴージャスな泡を。

#### 5. 最後に

- 1] [国内観光⇒国際観光]
- 2] [観光リピーター＆越境ECリピート購入者]
- 3] [政府/JNTOによる“観光の救世主・越境EC”支援策]

#### <追加・考察> 「北東アジア観光フォーラム」

北東アジア(中国・韓国・ロシア・モンゴル)における「観光振興＋越境EC」

ご清聴をありがとうございました。  
E-mail: masarusuzuki0308@gmail.com  
<http://tourism-nippon.com>



## 【参考・週刊農林】

2021年11月～12月

3週分(2&amp;3ゲラ)

未発表分もあり。

(3)「越境EC」

「新たな視点:

ある観光ビジネス」

## 水産業復活と改革Ⅲ

も く じ

鹿島平和研究所北太平洋海洋生態系研究会の提言(3)  
海洋生態系管理から進める日本国家の政策・組織の抜本的改革を… 4  
生態系総合研究所代表理事 小松 正之

地球温暖化対策計画/気候変動適応計画(2)  
農林水産温暖化対策を「最大限推進」… 6

農業を通じて健康を保持する  
農家少ないとうつリスク高まる… 10

地球温暖化影響調査レポート(5)  
長野がアルファルファ導入推進… 11

農林水産予算概算要求の主な事業(8)… 12

## 農林水産省版

経営・構造… 15 畑作・果樹… 17  
畜産… 15 林野… 17  
米麦・食品… 16 水産… 18

週刊農林

(鈴木 勝・大阪観光大学名誉教授/元桜美林大学教授)  
十一月二十五日・第二四六五号

## 農林抄

世界と日本の観光復活 国連世界観光機関(UNWTO)は、コロナ禍が始まった半年後に3つの復活シナリオを描いたが、現在は「悲観的」な最悪レベルの道をたどっている。もちろん主因は感染力の強いデルタ変異株の世界的な猛威である。一方、ワクチン接種の進展で国際観光を再開する国が出てきた。世界は、新たな生活様式で観光復活を行う必要がある。まずは日本の観光を考えたい。「県・都道府県内」、「隣県など地域内」、いわゆるマイクローリズムであり、次に「日本全域」へ向け国内旅行で経済復活を目指す。さらに「国際観光復活」で訪日客誘致が最善である。時にインバウンド効果が高だが、日本人消費額が国内関連総消費額の「80%超」ある。

## 長びくコロナ禍での地域観光活性化(1)

新たな魅力商品提案したい。国内旅行が復活し、日本人海外旅行愛好者が国内にシフトすれば、当面、観光業は持ちこたえられる。最近、観光に重きを置く国々、例えばアジアで、タイ、マレーシア、インドネシアなどは国または地域限定で再開の動きがあるが慌てていいことはない。ところで、経団連は国際移動を念頭に、遅れ気味な日本政府のコロナ禍対応に相次ぎ提言する。本年6月に「ワクチンパスポートの早期活用」を求め、9月に次のことを発表。「早期治療を可能とする医療提供体制の整備」、「積極的な検査の実施」、「帰国入国後隔離措置の適正化」だ。観光客は後に、ビジネス要人、留学生、技能実習生を優先的に、特に留学生や研修生の訪

日後のしつかりとした身元保証を求めたい。変わる旅行と政府・地域。ライフスタイルが変化した旅行も変わりそう。変形の1つは「ワーケーション」(Work + Vacation)職場と違う場所で働きつつ休暇取得する仕組み。だが、「農作業(農泊) + デスクワーク」も登場し各地で模索が続いている。1つは日本で実行が難しい「出張 + 休暇」(プレジャー Business + Leisure)が根付くか。さらに欧米流の2・3週間の連続休暇はどうか。そうなれば、年末年始、GW、お盆の混雑は緩和される。さて今後の人気の旅行形態は? 「都会派」から「自然・地域・滞在派」へと転じ、サイクリングやキャンプなどのアウトドア派が増える。個人型が増し大型の会議や旅行が少なくなる。観光関係者は変化に対応し、消費者側の「マイケット・イン」立場だ。最近の気持ちは、作り手側からの過多と言え、観光コンテンツ。例えば、政府は国土交通省「観光庁」が観光造成・推進の中心だが、他省の経済産業省、農林水産省、環境省からも観光魅力が次々発表されている。国の内外の消費者に達しているか疑わしい。特に訪日客を意識して英語などでの発信はどうだろうか。時には、発表の観光コンテンツを大胆に整理し、横並び主義を止め「年間キャンペーン」を実施してもよい。自然・地域・滞在派が多くある頃「世界と日本農業遺産 Y E A R 2 0 2 5」はどう

(つづく)

## 週刊農林

2021年(令和3年)11月15日(月)

## 農林抄

観光バージョンアップ 岸田首相はコロナ禍の観光振興に「GOTO 2・0」、いわゆる「観光バージョンアップ」政策を打ち出したが、「GOTOトラベル」に一言。「観光は裾野の広い産業」で、その証明に観光庁の「旅行消費の経済波及効果」がある(2021年9月発表)。「2019年の国内の旅行消費額は29・2兆円、生産波及効果は55・8兆円(対国民経済産出額5・3%)、雇用誘発効果456万人(対全国就業者数6・6%)」だ。国内有数の産業規模である。昨年、GOTOトラベルが実施されたが、狭い範囲の観光業。支援と解され、国民に対して十分目的が伝わっていない。旅行会社、ホテル、航空などの支援のみならず、農林水産、小売、地域特産製造、飲食店、情報ITなど幅広い産業の復活を同時に目指すものである。したがって、オンライン旅行サイトや大規模なホテルなどの料金の、単なる割引でなく、地方経済の活性化に繋がるもの、例えば、全国200ほどの「DMO(観光地経営組織)」や「商店街・温泉街」の稼ぐ力を持つ連携作り、地産地消を推進する地域資源活用型の地域クーポン制や観光コンテンツ作りなどに予算を投入すべき。同時に、季節変動をなくす需要平準化や需要喚起的な工夫が望ましい。これらの手法をインバウンド再開と活性化に繋げたい。

「量より質」「付加価値ある商品」国や自治体の観光戦略会議では「量より質」の類いの発言

週刊農林

(鈴木 勝・大阪観光大学名誉教授/元桜美林大学教授)  
十一月二十五日・第二四六五号

## 長びくコロナ禍での地域観光活性化(2)

入ることであり、「台風・地震・急病人などの観光上の危機管理」にも同じことが言える。観光プロの養成 日本人の国内旅行にしても訪日客にしても、個人化傾向、分散型、自然・滞在派、リピーター客の旅行企画には高度な観光人材が欠かせない。また、アドベンチャーリズム、世界自然遺産、国立公園、SDGs達成の観光など、世界的な関心の高まりに応じ、英語などの通訳案内士と共に、自然ガイド、レンジャーなど今までの違う人材も必須である。また、新たな観光分野で、あちこちで在日外国人の観光プロの活躍が目立つようになったが、協働で観光立国ニッポンに向かいたい。

(つづく)

言が多いがうまく行っていない。なぜならば、実態が理解されず効果的方法が採られていないからだ。全訪日客約50%を占める中国や韓国の客層実態は究明されているか。九州や沖縄に多く来る「日帰り大型クルーズ」はどうか。彼らを取扱う旅行社・ランドオペレータの多くが日系企業以外であるため、「観光リレー(編出)の多い旅行」や「ゼロドル・ツーリズム」状況で、いずれも地元への経済効果が少ない。欧米豪やアセアンの訪日客と実態が異なる。また、ホテル予約サイトにアジアや欧米の外資系が進出し、サイト側戦略により過度な割引値付けがされている。「デポジット(前払い)なし」や「取消料なし」などの商習慣の違いも多い。「量より質」問題解決には、もっと日本人が自国インバウンドの実態に介入することであり、「台風・地震・急病人などの観光上の危機管理」にも同じことが言える。



## 農林抄

## 新たな視点・ある観光ビジネス

今まで観光を、人の流れ、から見ていたが、コロナ禍で、物の流れ、の「越境EC」の重要性に着目している。コロナ禍での推進は地域に活気を取り戻せ、収束後には訪日客誘致を図れ、同時に物の流れも盛んになる相乗効果である。

ところで「越境EC」とは何か。「ECはSNSや通信販売サイトなどのオンライン上で行う電子商取引(Electronic Commerce)」で、「越境EC」とは国境を超えたECサイト取引で、海外消費者に国内商品を販売すること。インバウンド効果は従来「旅行中の消費(売上高)」「地域経済への波及」「宿泊業・製造業などへの投資」が前面に出てきた。

しかし、観光庁はコロナ禍で「訪日をきつかけとする越境EC」で日本製品購買である「輸出増加」を再認識している。官民が動き始めている。岐阜県では、匠の技と呼び、県の伝統産業である美濃和紙、関の刃物、陶磁器、木工などを海外で購入できる仕組みを作り、旅行前後に購買でき英語やフランス語のECサイトで販売する。また、越境EC+オンラインツアーがある。「DMO海の京都」の「与謝娘酒造オンラインツアー」では、台湾人対象で実績を挙げている。収束後は「観光リピーター」と「越境ECリピーター購入者」で地域活性化が促進されよう。ところで政府や自治体では「訪日をきつかけとする越境EC」での購買額を推測し、訪日客数同様に国民への告知が欠かせない。

## 長びくコロナ禍での地域観光活性化

に日本人客がガラガラでは航路は長続きしない。また、官民挙げて

「MICE(国際会議など)」誘致に熱心だが、日本人がもつと世界の国際会議に参加すれば、当然、日本での会議も多くなる。同時に日本人の国際的プレゼンスも高まる。さて、海外旅行で得た外国の知見は、訪日客誘致マーケティングに役立ち、外国人目線で商品作りができる。例えば、スイス、オーストラリア、タイなど観光先進国から得るものが多い。特に「スイス・モビリティ」は環境に配慮した諸活動(サイクリング、ハイキング、マウンテンバイク、インラインスケート、カヌー)を楽しむ多くのルートを持ち世界中の旅行者を魅了しているが、将来の観光立国ニッポンの参考になる。

(おわり)

勝・大阪観光大学名誉教授/元桜美林大学教授