

# インバウンドを見据え、 今とるべき観光戦略とは？



やまところ  
YAMATOGOKORO

株式会社やまところ  
代表取締役 村山慶輔



MISSION



インバウンドツーリズムを通じて、日本を元気にする

# 株式会社やまところ 代表取締役 兼 インバウンド戦略アドバイザー

村山慶輔



兵庫県神戸市出身。  
米国ウィスコンシン大学マディソン校卒。大学卒業後、アクセ  
ンチュア(戦略グループ)に入社。地域活性化プロジェクト、グ  
ローバルマーケティング戦略等の様々プロジェクトに従事。  
2006年同社を退社。

2007年に日本初インバウンド観光に特化したBtoBサイト「や  
まところ.jp」を立ち上げる。

インバウンドの専門家として、2019年内閣府 観光戦略実行推  
進有識者会議メンバーを始め、各省庁の委員・プロデューサー  
を歴任。

2020年11月には自身8冊目となる「観光再生 サステナブル  
な地域をつくる28のキーワード(プレジデント社)」を上梓。

## やまところの3つの事業

- コンサルティング
- メディア
- 人材マッチング

# コンサルティング



## 戦略策定

### 多様な専門家と共に地域の観光戦略を創る

訪日観光には中長期的な戦略が不可欠です。観光戦略は地域により異なるもので、戦略策定時に意見を仰ぐべき専門家も地域により異なります。やまところでは、訪日観光分野での豊富な経験を活かして、その地域に適切な専門家を紹介させていただくことが可能です。弊社がコーディネーターとなり、外部の専門家と地域の観光のキーマンが意見交換を行うことで、実行可能かつ効果的な観光戦略の策定を支援いたします。



## 受入環境整備

### 事業者目線にたった研修により持続可能な観光地へ

やまところが提供可能な訪日外国人向けの受入環境整備は、研修・ワークショップ、個別に事業者を訪問してのアドバイス、着地型商品作りなど多岐にわたります。どの事業も外部の専門家との連携が特徴です。特に着地型商品作りでは、在日外国人専門家を活用した外国人目線での商品作りが可能です。



## プロモーション

### 地域のコンテンツに合わせたプロモーションを実施

アジア、欧米豪を問わず地域のプロモーションを支援いたします。海外のパートナー企業と連携したメディア招請等のプロモーションや、着地型商品の販売を促すためのOTAと連携したプロモーションなどが可能です。また、在日外国人を対象としたプロモーション活動も在日外国人のキーマンと連携して支援いたします。

# 月間80万人訪問インバウンド専門メディア 「やまところ.jp」を2007年より運営。

The screenshot shows the homepage of yamator.jp. At the top, there is a navigation bar with the site logo and several menu items: インバウンド情報, 教育・研修, インバウンド人材, コンサルティング, 入札情報. Below this is a search bar and a button for 'メルマガ登録はこちら'. A secondary navigation bar contains: ホーム, ニュース, 特集レポート, データインバウンド, インバウンド事例, インタビュー, コラム, インバウンド入門, 市場別情報, セミナーイベント.

The main content area features a large banner for the 'Go To' campaign with the text: '7月22日より始まる『Go To キャンペーン』。乗り放題、商品券など、中国、台湾などでも国内旅行喚起策続々'. To the right of the banner is a smaller article preview with the text: 'withコロナ時代を見据えた「気仙沼DMOの観光戦略」。スイスDMOを参考にデータに基づいたマーケティングを徹底解説'. Below this is a graphic titled 'インバウンドの人材なら' with the yamator.jp logo.

The '新着記事' (New Articles) section contains three items:

- インバウンドニュース**: 政府が今後1年を見据えた「観光ビジョン実現プログラム2020」を決定。新型コロナウイルス感染症に打撃を受けた雇用の維持や事業の支援策を最優先に (07.20)
- インバウンドコラム**: withコロナ時代の観光戦略 vol.2 ～観光ニューノーマルを乗り切る衛生基準とその実践～ (07.20)
- インバウンドコラム**: withコロナ時代を見据えた気仙沼DMOの観光戦略と新たな挑戦 データに基づきマイクロツーリズムやプレミアム体験に注力 (後編) (07.17)

On the right side, there is a blue box titled '新型コロナウイルス 関連記事一覧' and a red box titled 'インバウンド業界 コロナサポートセンター' with the tagline '助けと支援をつなげよう'. Below these is a black box titled 'セミナー・イベント' with the text: 'withコロナのデスティネーションマネジメント～フロリダの事例から学ぶ、地域の観光経... (07.21)' and '訪日リバウンド市場に備える多国籍ライブセミ'.

# インバウンド専門人材マッチングサイト 「やまところキャリア」

>ログアウト >人材を採用したい企業様へ

インバウンド専門の求人サイト

 やまところキャリア

新着求人 | テーマ別特集 | やまところキャリアとは | インタビュー | 採用お祝い | マイページ |  仕事を探す

新着求人やイベントの情報をメールでお届け

1分で会員登録 (無料)

会員ログイン

yamatorecruit

ログイン状態を保持する  
ID/PASSをお忘れの方

積極採用中 / 語学を活かす 求人特集

八幡平

仕事を探す

勤務地 都道府県を選択して下さい

業種 業種を選択して下さい

職種 職種を選択して下さい

雇用形態  正社員  契約社員  アルバイト  インターン

条件  新卒歓迎  外国人歓迎  留学生歓迎  未経験者歓迎  
 経験者優遇  英語を活かす  中国語を活かす

キーワード

特集 [英語を活かす求人](#) [中国語を活かす求人](#) [韓国語を活かす求人](#) [関西で働く求人](#)  
[マネージャー・管理職求人](#) [ゲストハウス特集求人](#) [英語×旅行業界特集求人](#)

はじめての方へ

FAQ

再発信プロジェクト

>インバウンドニュースをチェック  
やまところ.jp

公式facebook



# 観光

a new concept of TOURISM INDUSTRY

サステナブル・ツーリズム  
リジエネラティブ・トラベル  
地域教育とシビックプライド  
コミュニティ・ツーリズム  
観光貢献度の可視化  
量から質へ(発想の転換)  
BCPの策定  
マイクロボビリティ  
観光型Maas  
DX(デジタルトランスフォーメーション)  
スマートツーリズム  
バーチャルツーリズム  
ライブコマース  
AI・ロボット/非接触型機器の活用

サステナブルな地域をつくる  
28のキーワード

Murayama Keisuke

村山慶輔 [著]

# 再生

プレジデント社

アフターインスタ映え  
食の多様化  
アドベンチャー・ツーリズム  
ロングステイヤー/ワーケーション  
レスポンスフル・ツーリズム  
高付加価値化  
富裕層(ラグジュアリー)マーケット  
ニューマーケットの開拓  
リスク分散/事業の多角化  
観光CRM  
人材の確保・育成  
サバティカル制度  
ダイバーシティ  
関係人口の創出

COVID-19で  
加速する世界、そして  
日本での“観光再生”への  
動きを紐解く

**本日お伝えすること**

**インバウンドを見据え、  
今とるべき観光戦略とは？**

# 結論からお伝えすると

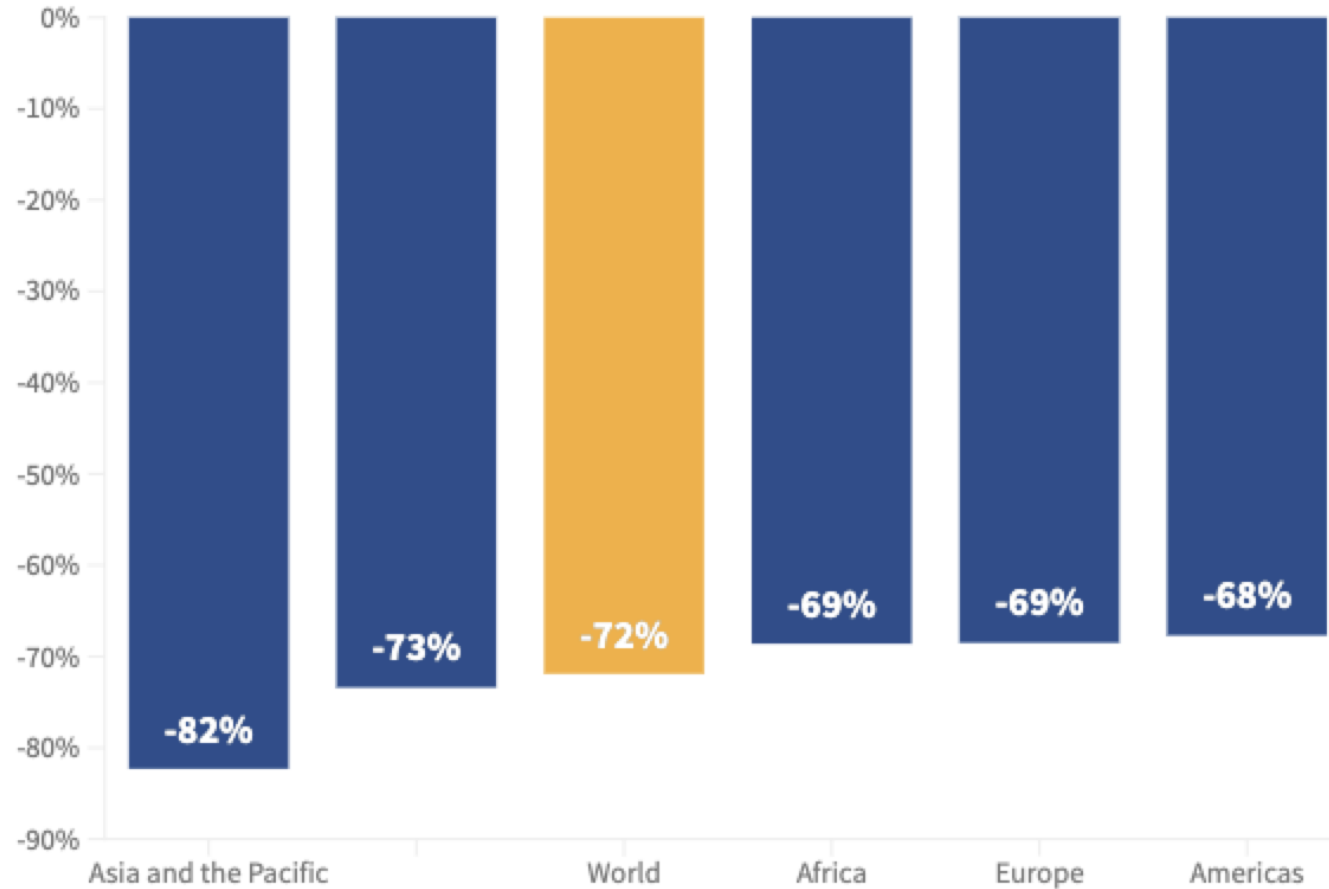
インバウンドをしっかりと見据え、  
プロモーション以外のことを徹底的に行うこと

# 国際観光の現状

# 2020年10月国際観光は72%減少

## International arrivals fell by 72% over the first ten months of 2020

YTD change (%) Jan-Oct 2020, by region



**インバウンドはいつ戻るのか？**

# インバウンド回復に向けた見通し

2030年  
訪日客 6000万人

段階的緩和

正常化

2020/7

2020/10

2021/1

2021/4

2021/7

2021/10

▲菅政権発足

▲東京五輪

7月 レジデンストラック

9月 ビジネストラック

10月 留学、家族滞在等の在留資格者

個人旅行  
再開

団体旅行  
再開

# インバウンドに向けて今やるべきこと

戦略立案  
見直し

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

商品造成  
インフラ整備

- 商品を作る
- 売り場を整える

ブランディング

- 需要喚起

プロモーション

▼インバウンド再開

- 刈り取り

- 在日外国人



戦略立案  
見直し

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

商品造成  
インフラ整備

- 商品を作る
- 売り場を整える

ブランディング

- 需要喚起

プロモーション

- 刈り取り

分かることをから組み立てる

- 経験価値が高まり、本物志向へ
- 個人化がさらに加速
- アジアから回復。欧米はさらに時間がかかる
- 量ではなく質

戦略立案  
見直し

商品造成  
インフラ整備

ブランディング

プロモーション

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

- 商品を作る
- 売り場を整える

- 需要喚起

- 刈り取り

高付加価値・高単価な商品造成の切り口例

- 限定感・特別感
- 品揃え(上位商品、関連商品)
- ストーリー

儲かり、持続可能な商品になっているかが最も大切

戦略立案  
見直し

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

商品造成  
インフラ整備

- 商品を作る
- 売り場を整える

ブランディング

- 需要喚起

プロモーション

- 刈り取り

売り場（受入環境）を整える

- 商品の売り場を用意
- 人材育成
- 決済
- 多言語対応
- サステナブルな基準で事業を見直し

# 72%の旅行者はサステナブルな施設やデスティネーションを選ぶ傾向にある

Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report



日本版

# 持続可能な観光ガイドライン

Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations

◀JSTS-D▶



付録

持続可能な観光に関する用語集／destinationプロフィール／「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」のロゴマーク使用申請書／GSTC-D-2.0の和訳／持続可能な観光指標に関するアンケート調査結果／持続可能な観光の実現に向けた先進事例集／【訪日外国人旅行者向け】マナー啓発用 看板、ステッカー、チラシ等 先行事例リンク集

観光庁・UNWTO駐日事務所  
2020年6月

戦略立案  
見直し

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

商品造成  
インフラ整備

- 商品を作る
- 売り場を整える

ブランディング

- **需要喚起**

プロモーション

- 刈り取り

### 需要喚起

- **安心・安全に繋がる取り組みを発信**
- **特徴的な魅力をPR**
- **オンラインツアー・ライブ配信**

戦略立案  
見直し

- 現状把握
- 理想像
- 実行計画

商品造成  
インフラ整備

- 商品を作る
- 売り場を整える

ブランディング

- 需要喚起

プロモーション

- 刈り取り
- 在日外国人

在日外国人市場（280万人）を狙う

- 在日インフルエンサー
- 在日コミュニティへのアプローチ
- SNSのターゲティング広告

改めて最後にお伝えしたいこと

インバウンドは戻る



**改めて最後にお伝えしたいこと**

**インバウンドをしっかりと見据え、  
プロモーション以外のことを徹底的に行うこと**

ご清聴ありがとうございました。

