

韓国市場に関する勉強会

会議情報

日付: 2026 年 7 月 23 日・15:00～16:00

場所: かるぽーと 11 階・大会議室

議事録・議事メモ

韓国からの観光誘客に向けた全体方針と課題

□ 趣旨と挨拶（高知県国際観光課）：

- 来春の国際線ターミナルビル全面共用開始を見据え、韓国からの新規航路誘致に取り組んでいる。
- 昨今の情勢や燃料費高騰で韓国航空各社は経営状況が厳しく、燃料費高騰等で韓国航空各社の経営は厳しく、新規就航は慎重。引き続き交渉を継続。
- 9 月 14 日の商談会を誘客・認知度向上の第一歩と位置づけ、高知の魅力発信を通じて韓国からの誘客と航路誘致につなげたい。

□ 講師紹介（株式会社インターナショナルコミュニケーション）：

- 代表取締役社長の李漢錫氏が講師として参加。日本の観光 PR、イベント、メディア連携を 30 年間実施。

□ 高知県の現状と課題:

- 韓国での県名認知が低く（47 都道府県の中で露出不足）、直行便がないことが大きな障壁となっている。
- 松山等への到着後の陸路移動（2～3 時間）は、商品造成上のコスト・工程負担が大きい。

韓国の旅行市場動向

□ 出国者動向と日本人気の要因:

- 韓国の昨年の海外出国者は約 2950 万人。渡航先 1 位は日本（945 万人）。今後 1200 万人規模も見込まれる。

- 日本人気の要因は「円安」「治安の良さ」「日本食人気」「LCC 路線の充実」「豊富な地方観光資源」。
- 個人旅行が増加しており、「日本旅行が韓国内旅行より安い」との認識が拡大している。
- 夏は涼しい場所（北海道・東北）、冬は暖かい場所（九州）への志向が強い。また、混雑を避けて未開拓エリアへの関心も高まっている。
- **航空会社・路線環境:**
 - 大手（大韓航空、アジアナ航空）と LCC（チェジュ、ジンエアー等）が存在。大韓航空によるアジアナ航空の吸収合併が 2026 年 12 月に統合予定との見解。
 - 航空各社は燃料費高騰等で経営が厳しく、新規就航には慎重。
- **販売チャネル:**
 - パッケージ旅行中心の大手旅行会社（ハナツアー、モドゥツアー等）と、オンライン旅行プラットフォーム（OTA）の影響力が大きい。
- **テーマ旅行の需要:**
 - **ゴルフ:** 最大の需要分野。接待目的から個人の楽しみ（夫婦、仲間同士の少人数）へと変化。主に専門旅行会社経由で予約される。
 - **その他:** スキー・温泉（東北・北海道）、アート・建築など文化体験系の需要も拡大。特に若者層で歴史や美術への関心が高まっている。

四国他県の状況と高知の受入体制

- **四国エリアのプロモーション状況:**
 - 香川（讃岐うどん）、愛媛（道後温泉）、徳島（ゴルフ）が順次成果を出している。
 - 高松（週 14 便、搭乗率 84.8%）、松山（週 14 便、搭乗率 85.3%）と高い搭乗率を維持。徳島は非公表。
- **韓国人観光客の嗜好とマナー:**
 - **食事:** 寿司・刺身など生ものも非常に人気。出汁の効いた繊細な和食も受け入れられる。
 - **宿泊:** 2 名 1 室（ツイン）が基本。ランドオペレーター向けの宿泊費目安は 1 泊 1 人 1 万 3 千円前後である一方で、富裕層からは旅館の需要も高い。※商談会はマッチング形式で実施。
 - **マナー:** 昔ほど心配する必要はない。団体旅行では事前に添乗員へマナー教育を依頼することが有効。

□ 高知の受入体制整備:

- **二次交通:** 不便さが課題だが、まずはインフルエンサーなども活用しながら、オンラインで高知の魅力を発信し、来訪動機を高めることが重要。
- **レストラン:** コンベンション協会が作成する団体受入可能な英語版レストランリスト（現在 25 店舗）への追加登録を推奨。
- **情報提供:** ホテル内の案内などで日本語表記を充実させることが望ましい。言葉の壁より親切な対応が重要。

□ 商談会に向けた準備:

- 準備物として、事業内容がわかる資料と、できれば日韓両面表記の名刺が重要。
- 旅行会社向けにインバウンド用の価格を提示することが推奨される。