

タイ人を呼び込みタイぜよ！

高知西高校2年

目的

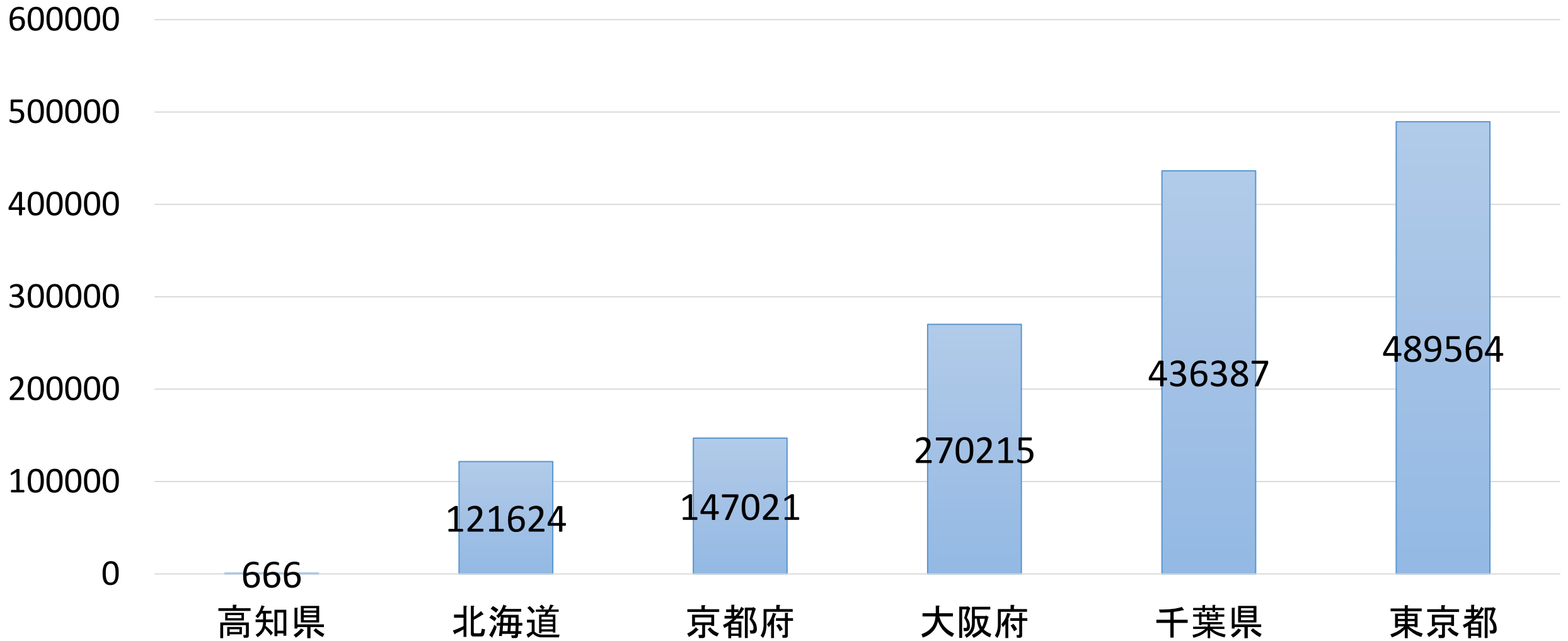
- 2016年のタイ人観光客は90万人を超え、6位にまでなった。また、タイは経済成長中でありタイ人観光客はこれからも増加すると考えられる。

しかし、高知県にその恩恵は来ていない。そこで私たちはタイ人観光客を高知県に呼び込み、高知を活性化しようと考え

る。

1. 高知県の現状

(人) 訪日タイ人数 (高知県と上位5都道府県)

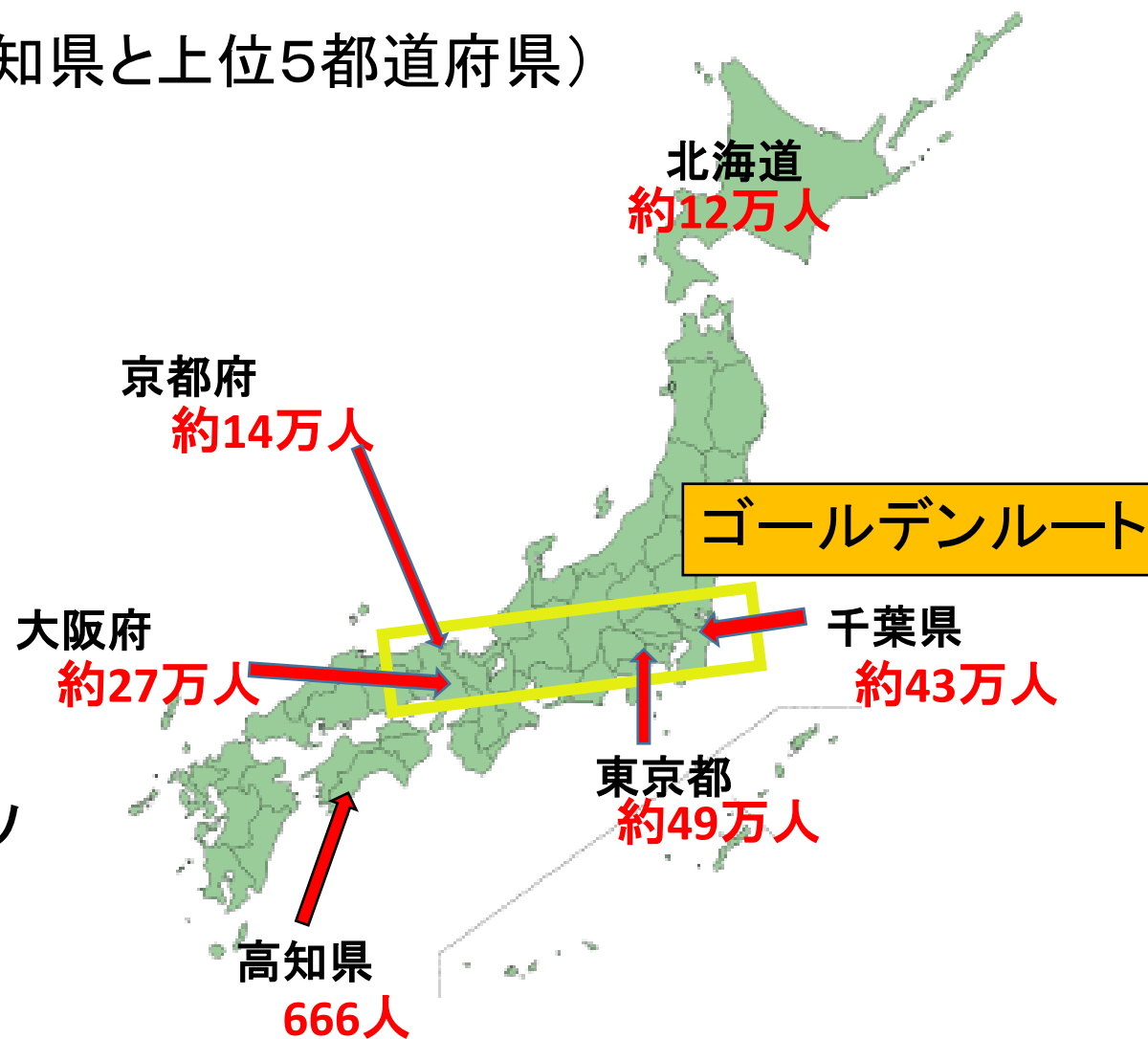


1. 高知県の現状

訪日タイ人の分布

(高知県と上位5都道府県)

考察: 訪日タイ人数のグラフより
ゴールデンルート上の都道府県に訪日タイ人が多い。
北海道では、ウィンタースポーツが人気。



1. 高知県の現状

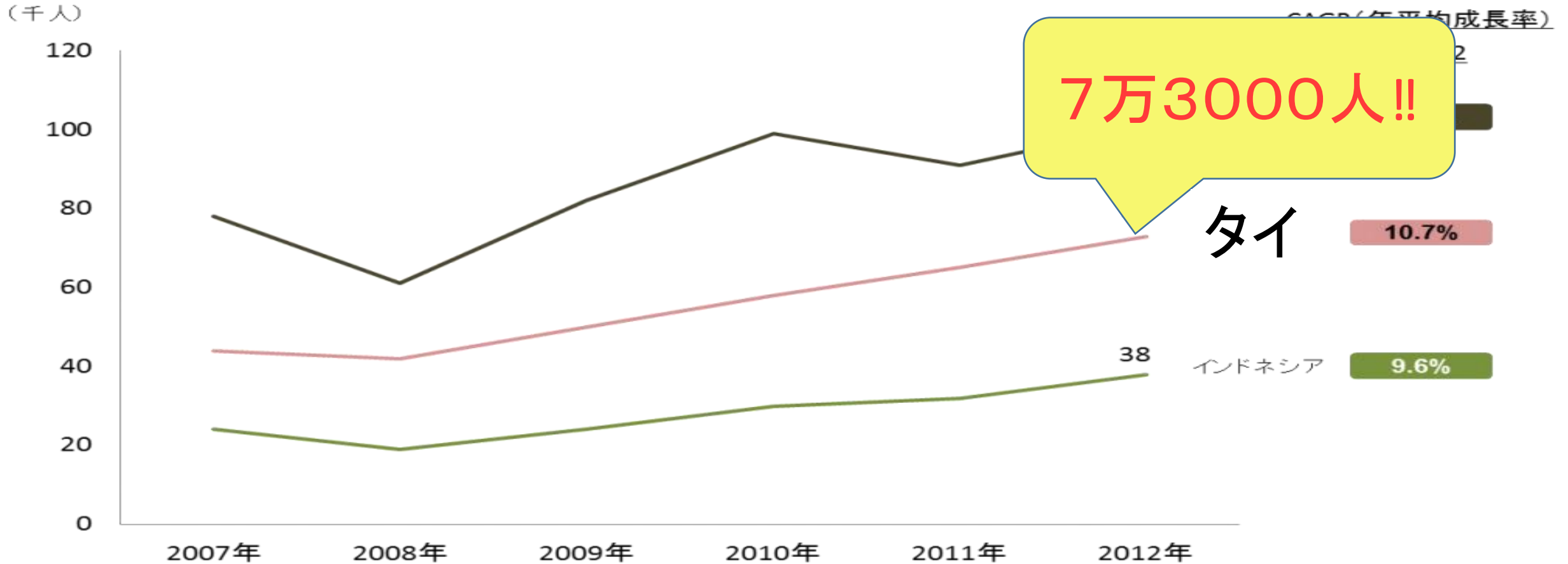
都道府県別観光予算と外国人消費

都道府県	外国人消費額(円)
東京都	1,294,851,283,965
高知県	1,314,092,805
千葉県	28,061,621,382
京都府	91,610,485,942
北海道	946,083,779,401
大阪府	380,439,040,294

考察: 高知県は多くの予算を割り当てているものの、その予算を上手く活用できていない。よって新たな市場の発見が必要だと考えられる。 Resasより⁵

2. 東南アジアの現状

超富裕層人口の推移



考察: 所得別人口では、上位中間層に次いで富裕層の増加率が大きい。また超富裕層の年平均成長率はタイがトップである。

(ここでの超富裕層とは「主たる住居、収集品、消費財および耐久消費財を除いて100万米ドル以上の投資可能資産の保有者」と定義しています。)

3. 高知県とタイについての調査 高知大学への聞き取り調査

(1)、タイの教授・留学生への聞き取り調査。

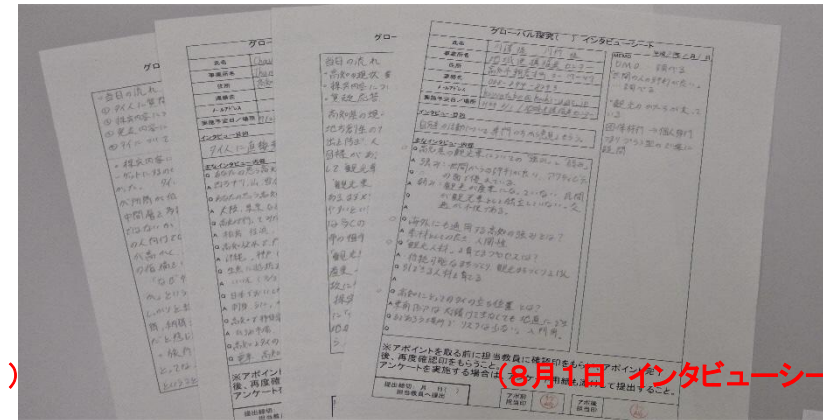
目的:ターゲットであるタイ人の価値観・視点を取り入れ、ニーズを掴む。



内容:・高知県の観光地があまり知られていない。
ホテルのHPやロビーに分かりやすい情報を示す。
などの配慮が足りない。→情報伝達能力の不足
・言語の種類が少ない。
・自然の豊かさがとても好評。など。

(2)、高知大学地域連携推進センターへの聞き取り調査。

目的:高知県の観光業について専門の方から意見をもらう。



内容:・観光業にはメリット、デメリットがある。
メリット;他産業への波及効果
課題;競争相手が多い
→成功するためには「差別化」と客に対する「特別扱い」が重要になる。など。

3. 高知県とタイのインバウンドの現状調査まとめ

高知県とタイの現状用いて「高知県の観光業」についてSWOT分析

強み

- ・海、川、山などの自然がある。
- ・都会にない新鮮な食べ物がある。
- ・自然保護に対する意識が強い。
- ・人当たりのいい県民性。
- ・歴史的偉人が多い。
- ・優れた一次産業。
- ・天守閣が現存する城がある。

機会

- ・世界の観光人口の増加。
- ・最もタイ人が訪問する国である。
- ・タイが著しく経済成長している。
- ・ビザの緩和。
- ・SNSを活用した宣伝が効果的で、どの地域でも実践できる。

弱み

- ・PR力に欠ける。
- ・ホテルなどの施設が整っていない。
- ・人材不足(外国語対応した人材)。
- ・SNSを活用しきれていない
- ・県内の施設で外国語対応が不十分。
- ・東西に長く移動時間がかかる。

脅威

- ・交通の便が悪い。
- ・知名度が低い。
- ・ゴールデンルートの影響で訪日タイ人が地方に流れない。
- ・中山間地域に属しており、立地条件が悪い。
- ・大手企業に観光客が流れ、地元には利益が入らない。

4. 高知県とタイのインバウンドの現状から見える 高知県の課題

- ホテルなどの施設が整っていない。
- 人材不足(外国語対応した人材)。
- 県内の施設で外国語対応が不十分。
- 東西に長く移動時間がかかる。
- 交通の便が悪い。
- 知名度が低い。
- ゴールデンルート中心で訪日タイ人が地方に流れない。
- 大手企業に観光客が流れ、地元には利益が入らない。

5. 高知県の課題を解決するために

ターゲットをタイ人セレブに高知県を活性化

メリット

- ・少人数の観光客でも消費金額が大きい。
- ・本当に価値のあるものには金を出す。
- ・国際空港から高知までの交通費はあまり考えなくてよい。

諸問題

- ・ゴールデンルートからどうやって高知に呼び込むか
- ・五つ星ホテルがない。
- ・セレブをもてなすためのノウハウ、人材が不十分。

6. 定義 セレブとは

「主たる住居、収集品、消費財および耐久消費財を除いて100万米ドル以上の投資可能資産の保有者」

と定義します。

* タイは2012年で約7万3千人いる。

7. 三つの視点から高知県の良さを伝える



歴史

自然

食



食：高知県ならではの新鮮な食を味わってもらう。

自然：美しい自然をアクティビティを通じてたいかんしてもらう。

歴史：高知県の歴史的偉人たちが育った名所を巡ってもらう。

7. 旅行プラン

日程	内容	宿泊施設	移動手段
1日目		城西館	へリ
2日目	高知市観光	城西館	
3日目	パラグライダー	ヴィラサントリーニ	へリ
4日目	四国カルスト	長寿庵	
5日目	沈下橋巡り	四万十の宿	
6日目	柏島(スキューバダイビング)	柏島旅館山文	
7日目	柏島(スキューバダイビング)	柏島旅館山文	
8日目	黒潮実感センター (里海の説明、投資の条件)	柏島旅館山文	
9日目	黒潮工房(黒潮本陣)かわやき	黒潮本陣	へリ
10日目	高知空港		

8. 高知西校生の二本の柱

I : へりを用いて東西に

長い高知県を移動

高知県は東西に長いため、車での移動は時間がかかるとともに移動で疲れが溜まる。へりを用いることで、時間のロスと疲れを減らす。

* ターゲットをセレブにしたため、へりを用いた移動が可能となる。

* へりの発着のたびに自治体に発着料が入る。



(例) 高知市～足摺岬:	車 約180分	へり 約50分
--------------	------------	------------

8. 高知西校生の二本の柱

Ⅱ：セレブを呼び込むための

『バーチャル観光』

アプリなどを通して、高知県の良さを多くの人に知ってもらい、来てもらうためのサービス。
『観光業』と『一次産業』の二つの視点から魅力を伝える。

①：アプリケーション×観光業

アプリを有料化し、より密度の濃いニーズに応えやすくする。



8. 高知西校生の二本の柱

Ⅱ：セレブを呼び込むための

『バーチャル観光』

アプリなどを通して、高知県の良さを多くの人に知ってもらい、来てもらうためのサービス。
『観光業』と『一次産業』の二つの視点から魅力を伝える。

②：アプリケーション×一次産業

高知特有の一次産業に**投資**してもらい収穫の時期に高知にきてもらう。

セレブが一次産業に投資



アプリ内で管理



高知にきて収穫

8. 高知西校生の二本の柱

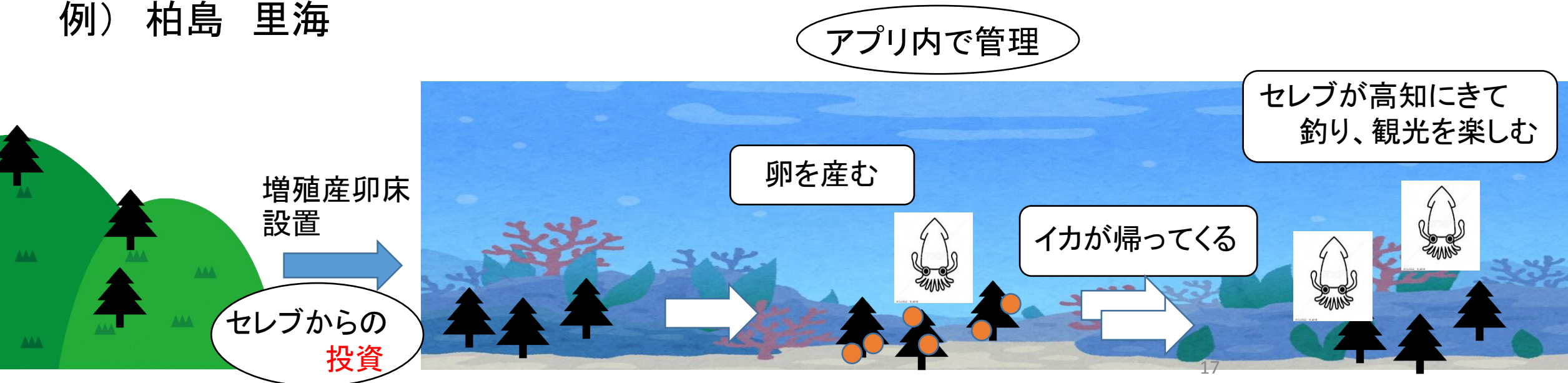
Ⅱ：セレブを呼び込むための

『バーチャル観光』

アプリなどを通して、高知県の良さを多くの人に知ってもらい、来てもらうためのサービス。
『観光業』と『一次産業』の二つの視点から魅力を伝える。

②：アプリケーション×一次産業

例) 柏島 里海



参考文献

- 観光立国論(デービット・アトキンソン)
- 自然ツーリズム学 よく分かる観光学2
- 城西館 HP
- リゾートホテル ヴィラサントリーニ HP
- 民宿 長寿庵-2016奥四万十博 HP
- 四万十の宿 HP
- 栢島旅館「山文」HP
- 黒潮本陣 HP
- かわいいフリー素材集 いらすとや