

2019年3月11日



## 海外営業レポート

### 「中国インバウンドセールスの現場と、県の海外事務所」

訪日客3000万人時代の中核を占める中国人観光客は、東京～大阪のゴールデンルートを中心に増加する一方であり、抱える莫大な人口と国民所得の上昇率からみても、今後減る気配はなさそうです。しかし東北地方に目を向けると、青森県を除けば訪日観光客数は全国平均より低く、出遅れていると言わざるを得ません。

「爆買い」で一世を風靡した中国人観光客は、今後どのようなトレンドに突入していくのか。東北地方は何を準備しなければならないのか。

様々なミッションを抱え、株式会社エイチティープランニング 旅行事業部中国部門を担当する**木村吉貴（30歳 石巻市出身）**は、約2週間の中国営業からようやく帰途につきました。

木村君は**大連、ハルビン、延吉**の東北3都市と、常に最先端を走る**上海**をまわり、現地の旅行会社、のべ28社と密な商談を重ねてきました。彼のミッションは、いわゆる「インバウンドセールス」ですが、同時に各地域の客層、ホールセラー達のトレンド、日本旅行に対する認識の変化など、生きたマーケティングを行うことが最大の目的です。しかし中国に5年以上住んでいた木村自身も戸惑うほど、中国の地方都市の発展は著しく、経済の成長に合わせ、旅行会社も数え切れないほど設立されており、信頼できる取引先を開拓することは、容易ではありません。

そこで当社をサポートしてくれたのが、**県の海外事務所**です。あまり知られていませんが、各自治体はいくつもの海外事務所を持っており、日本から出向中の県職員たちが、インバウンド観光はもちろん、政治外交や貿易取引、県産物のPR、現地邦人のサポートなどを行っています。企業単独では決してカバーできない部分を、現地の県職員が熱心に、網羅的にサポートしてくれています。

**大連には宮城県事務所、ハルビンには山形県事務所、上海には福島県事務所**があり、そこで多くのコネクションと現地の情報を提供していただきました。ここでのポイントは、現地で網羅的な活動をしている県の海外事務所といえども、自治体の公共機関という性質上、単独でのビジネスはやりにくい点にあります。中国の企業も、ビジネスにならない以上、県事務所に対し積極的な姿勢はなかなか見せてくれません。民と官が一体となって初めて具体的なインバウンドセールスが可能になり、両者のパフォーマンスが発揮されます。おかげさまで中国企業も今後の日本旅行を企画する重要なビジネスパートナーとして認識してくれました。

**この場を借りて改めて、東北3県の海外事務所職員の皆様に御礼申し上げます。**

肝心のビジネス成果ですが、大手旅行会社のいくつかと商品合同企画の段階に至っており、遠からずしてたくさんの中国人観光客を東北に呼ぶことができそうです。

要点をまとめると、

- ①直行便の重要性
- ②日本リピーター向け戦略
- ③現行旅行商品（低価格、弾丸日程、爆買い）からの脱却
- ④各省地域のニーズセグメント化



若くしてこのような貴重な体験を経た木村君は、ビジネスマンとして、そして未来の東北観光経済を担うインバウンドセールスマンとして、大きくレベルアップして帰ってきました。（と願ってます・・・）

株式会社エイチティープランニング  
旅行事業部

