

発行にあたり～TTIの取組みと今後の活動について～

豊岡観光イノベーション(TTI)は、「観光」を切り口として地域の稼ぐ力を引き出すことを目的として、昨年6月に設立し、1年が経過しました。昨年10月からは、外国人観光客向け宿泊予約サイト「**Visit Kinosaki**」を運営し、これまでに、**延べ670人**の宿泊予約を獲得。当サイトに参加いただく宿は、現在**79軒**まで拡大しています。

また、販売している体験ツアー＆プログラムも徐々に増え、現在は「**城崎温泉の浴衣レンタル**」、「**豊岡市街地の居酒屋体験**」、「**神鍋のフィールド体験**」、「**竹野のジオカヌー体験**」、「**但東の農業・田舎料理体験**」などをラインナップしています。これから販路を更に拡大し、利用者を増やしていきたいと考えています。

地域事業者さまと一緒に、海外へのプロモーションも積極的に展開しています。昨年度は、WTM(ロンドン)、TITF(バンコク)、Tokyo Travel Mart(東京)、NATAS(シンガポール)、台湾大商談会でプロモーション活動を行い、2016年城崎温泉への国別宿泊者の対前年比較では、タイ182%を筆頭に、カナダ168%、アメリカ139%、シンガポール129%とプロモーション実施国は、いずれも高い伸び率となりました。



設立からの活動を通して、私たちのパートナーは、徐々に増えてきています。私たちの活動に共感いただき、会員になっていただいた皆様にもっと私たちの活動を知っていただき、TTIをご活用いただきたいと考え、**NEWSLETTER**の配信を始めることにしました。**この地で皆さまとビジネスを展開し、ともに成長できることを願っています。**

体験ツアー＆プログラム紹介

但馬空港まるごと
見せちゃいます企画

全但バス(株)、但馬空港ターミナル(株)と連携した期間限定の特別体験ツアー。昨年の第1弾(昨年11月～約4カ月半)では、約80人が参加しました。今月から実施する第2弾には、**新たにランチ付きツアーも登場!**

7月1日～9月30日まで実施します!

参加者は、空港のパトロールカーで、本物の無線を聞きながら、格納庫や滑走路などを巡ります。また約50メートルの距離から離陸を見学できる迫力満点の体験に加え、通信室にも特別に入ることができます。条件が合えば滑走路内で記念撮影をしたり、ドライブも可能!!

このツアーに参加することで、飛行機や空港の見方が変わること間違いなし!

ツアーは**1日1組限定**6人まで。料金は、中学生以上：平日5千円、土日祝日7千円。小学生：平日2,500円、土日祝日3,500円。小学生未満：無料。

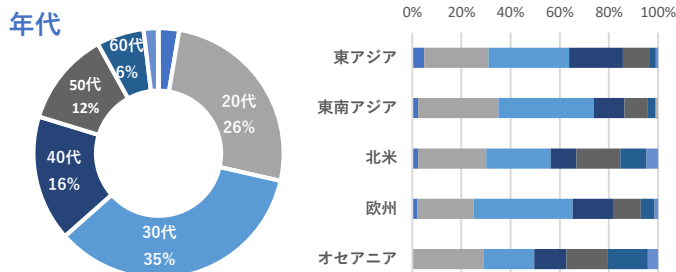
申込みは、参加の5日前までに豊岡観光イノベーションのホームページ(<https://toyooka-tourism.com/>)から。問い合わせは、城崎温泉ツアーリストインフォメーション「SOZORO(そぞろ)」(0796-32-0013)まで。



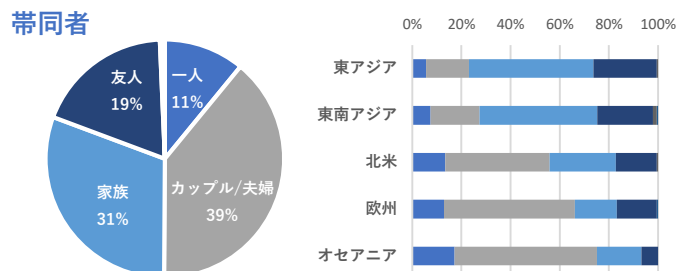
観光客動向 in Kinosaki

豊岡市における2016年の**外国人延べ宿泊者数**は**44,648人**と前年の**約1.3倍**となりました。各地域とも前年を大きく上回る宿泊者数となりました。

豊岡市の外国人宿泊者数の9割を占める城崎温泉にて、観光客アンケートを実施し、観光客動向を調査しています。その一部をご紹介します!



最も多いのは30代。北米の50代、オセアニアの60代といった層も一定数ある。好奇心旺盛な若者世代だけではなく、時間とお金に余裕のある層の需要も見逃せない。



欧米豪はカップル/夫婦が多いが、東アジアや東南アジアでは、カップル/夫婦よりも、家族や友人との旅行が多い。

年代、同行者により、滞在先の過ごし方も変わるため、体験ツアー＆プログラムもターゲットを考え、企画していきたいと思えます!

会員トピックス

6月11日(日)に「CREEZAN城崎本店」がOPEN！！



オンラインや専門店を中心に展開する「**CREEZAN**」が、初の旗艦店となる「CREEZAN城崎本店」をオープンされました。SHOPは2フロア構成となっており、観光客が入りやすいようカフェを併設し、地元食材(但馬牛のハンバーガー、八鹿豚ホットドッグ等)を提供。また夜には、城崎温泉街を散策される観光客向けにアルコールも。コーヒーなどのホットドリンクは、伝統工芸品の「出石焼」の蕎麦猪口(そばちょこ)で供され、その蕎麦猪口を購入することもできます。「豊岡鞆」として認定を受けたオリジナルブランド「CREEZAN」のバッグや小物に加え、城崎店限定のアイテムも販売。今後、革小物製作体験ができるワークショップを定期的開催される予定です。皆さまも是非お立ち寄りください！

西田社長にインタビュー！

地元由来の名前をと「CREEZAN」と名付けたオリジナルブランド。初の旗艦店からはその名の由来の来日山(くりいざん)を眺めることができるという偶然の巡り合わせ。職人による常識にとらわれないモノづくりを世界に！

営業時間：午前10:00～午後11:00(不定休)
TEL：0796-32-0345 HP：<http://www.creezan.com/>

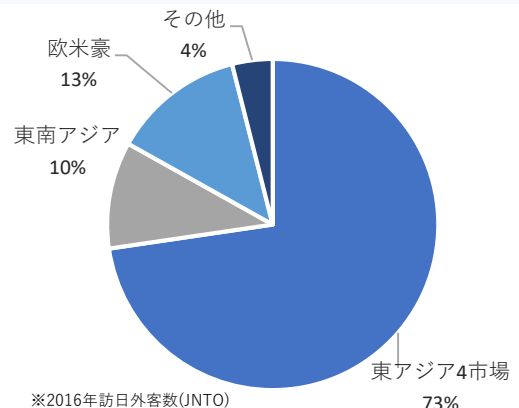


訪日インバウンドNEWS

2016年訪日外客数は、前年比約1.2倍の2,400万人！

2016年の訪日外客数は対前年比21%増の約2,400万人に。2015年の伸び(対前年比47%増)と比較すると、やや鈍化傾向となりました。

2016年、最も伸び率が高かったのは、**インドネシア(約32%増の27万人)**。次いでフィリピン、マレーシア(いずれも29%増)と東南アジアの新興市場が好調な推移を示しました。東アジアでは隣国の中国、韓国、香港が好調な中、台湾は少し鈍化。またタイ、シンガポールといった東南アジア先進市場、欧米豪市場の伸びも前年に比べて鈍化。そのような中、唯一前年伸び率を上回った先進市場が**米国市場(訪日外客数第5位)**です。

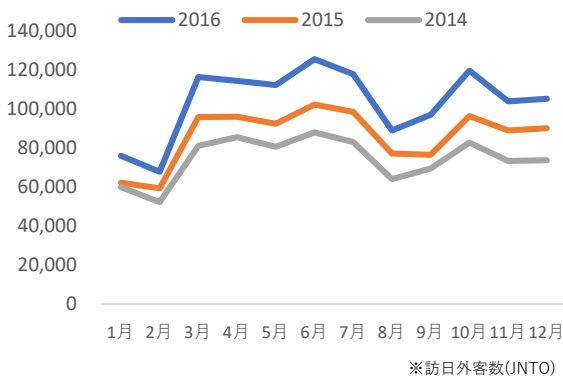


米国市場について

○人口：約3億2,160万人(2015年)

○年間の国外旅行者数：約7,345万人(2015年)

○訪日ボリューム層：20-30代個人旅行層



東海岸の大都市(ニューヨーク、シカゴ等)は、アジアより欧州に旅行する割合が高い一方、西海岸(ロサンゼルス等)居住者にとっては、北南米を除き、日本は最も近い旅行先となります。米国人旅行者にとって、日本はトップ20に入る人気の旅行先です。

米国人の旅行目的は、主に**リラクゼーション**や**文化体験**が多く、**平均滞在日数は1週間程度**です。これは、有給休暇消化率が約74%と欧州諸国全般よりも低水準であり、約37%が有給を完全に消化しない状況が影響していると考えられます。

2015年に米国人訪日旅行者数は80万人を超えた後、2008年のリーマンショック、2011年の東日本大震災を受け、旅行者数は2005年比で69%にまで落ち込みました。しかし、2012年以降は堅調に回復し、**2015年には100万人を達成**。**2016年は対前年比20.3%増の120万人超**となりました。

豊岡市&TTIでは、昨年6月から**米国に情報発信拠点を設置**し、情報発信に努め、また「**Visit Kinosaki**」の**広告配信**を実施。今年も引き続き、米国市場での認知を高める取組を継続していきます！

お知らせ：「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート(VJTM)2017」への参加者募集中！！