

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

平成 21 年 10 月 30 日

理事長 間宮 忠敏

訪日中国人旅行に新潮流、企業のインセンティブ旅行(報奨旅行)が増加

日本政府観光局(以下、JNTO)は、2010 年の「Japan MICE Year(*1)」を目前に、中国の有力企業による日本向けのインセンティブ旅行(*2)が今後急速に成長する有望市場であると位置付け、誘致強化に乗り出す。

10 月に、上海 BMW 社正規ディーラーによるインセンティブ旅行が実施され、同社優良顧客 26 名が千葉・東京・北海道を訪れた(*3)。これに続き、11 月には中国に於ける大手ポータルサイト「百度(バイドゥ)」が初めての訪日インセンティブ旅行を行い、同社の主要顧客(北京・上海・広州の大手企業幹部約 120 名)が訪日する。企画段階より支援を行った JNTO では、来日初日である11月7日に歓迎式典開催を予定している。

同じく 11 月、JNTO は大手ホテルチェーンのヒルトングループと共同で、企業幹部や旅行会社のインセンティブ旅行企画担当者を日本へ招請する。大阪・名古屋・東京・千葉などの受入側コンベンションビューローと密接に連携し、招請後に各社がインセンティブ旅行を実現するよう働きかけていく考えだ。

8 月から対前年比プラス成長に転じた中国人訪日旅行市場の中で、MICE(*4)マーケットは急成長が見込まれている。特に、「富裕層」と「インセンティブ」が、今後の有望キーワードとなっている。JNTO は、今後さらにプロモーション活動を強化するとともに、最大限の支援活動を行いインセンティブ旅行の拡大を図ることとしている。

*1 観光庁によって発表された、国際交流拡大のため 2010 年度の国内外に向けた大規模なプロモーションの実施(Japan MICE Year の展開)のこと。

*2 優良顧客や成績優秀な従業員を対象に企業が実施する報奨旅行のこと。

*3 10 月5日から 8 日に実施された本インセンティブ旅行は、BMW 最上級車種である7シリーズ(現地最高販売価格 220 万元=約 2970 万円)の購入者とその同行者に対する景品付キャンペーンとして行われた。中国の輸入車販売業界で、購入者全員を対象にした旅行景品付きキャンペーンは初めて。当企画は、2008 年に上海の旅行コンサルタント会社が JNTO のアドバイスを受けて提案したものが採用され、実施に至ったもの。当日は、幕張のアウトレットモールにて JNTO・ちば国際コンベンションビューローによる歓迎式典が実施され、記念品の贈呈を行った。

*4 MICE とは:企業等の会議(Meeting)、企業の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際会議(Convention)、イベント、展示会・見本市(Event/Exhibition)の頭文字のこと。

取材申し込み・お問い合わせ先: コンベンション誘致部 川崎・中島 TEL: 03-3216-2905