

開設したウェブサイトは季節ごとの見どころに加え、日帰り、1泊2日、2泊3日の各行程でモデルコースを提案。中国側の旅行業者が、旅行商品に組み入れやすいよう工夫した。

また、サイト内の情報を、自由に閲覧できる公開情報とパスワード、IDの入力が必要な非公開情報に分け、非公開情報に宿泊料金など団体客への優待サービスを付けた。

中国からの日本を訪れる観光客は、日中の外交問題を背景に減少している。同プロジェクト事務局は「団体客は依然として厳しい状況が続くが、2014年内に中国の旅行業者100社

民間主導で外国人観光客の誘致を目指す「中部圏インバウンドセールスプロジェクト」はこのほど、中国の旅行業者向けに中部9県の観光情報を中国語で紹介するウェブサイトを開設した。中部圏に特化した観光情報サイトは珍しい。観光コースの紹介のほか、宿泊料金などの優待情報を盛り込み、中国人団体客を呼び込む媒体に育てる。

(天野こず重)

中部9県観光情報 ウェブで発信



の登録を目指し、需要喚起につなげたい。また、観光客の伸びが好調な台湾や東南アジア向けのウェブサイトの構築も急ぐ」としている。

「中部圏インバウンドセールスプロジェクト」は12年9月に「中部圏中国インバウンド誘致プロジェクト」として設立。13年6月に現名称に変更した。現在、宿泊施設や飲食店、観光関連業者など48団体が加盟している。

中国人団体客呼び込め