

チーム名	チームベトナム	大学・学部	大阪観光大学観光学部	大阪ステージ 本選出場
プラン名称	ニャンと素晴らしい！ルオウバンニャン			
リーダー名	ヴォン クオックマン	テーマ	新しい大阪の魅力創造による「観光まちづくりプラン」 ※選択したキーワードに○をつけてください。(複数可) (○)「大阪の食」()「スポーツツーリズム」()「水辺」	クリエイティブ賞 受賞
指導教職員名	百武 仁志			
メンバー名	ボバントウ、グエン低ジムフォン、タンティタントイ			

「ニャンと素晴らしい！ルオウバンニャン！」企画立案の背景

提案プランの問題意識

- 近年、日本全体でベトナム人旅行者・留学生が増加している。
- 関西国際空港を利用するインバウンド観光客も、台湾・中国・香港(中華圏約20万人)や韓国旅行者(約11万人)と、5分の4以上を占めているためベトナム人旅行者向けの観光地が少ない。
- 増加傾向にあるものの、ベトナム人観光客が全体的にはまだ少ないため、ベトナム人観光客が喜ぶお土産施設、お土産が少ない。
- 私たちが学ぶ大阪観光大学は日本で2番目に多くの外国人が入学する関西国際空港の近くにある。

ベトナム人観光客向けのお土産や観光地を開発する観光まちづくりが、私たちベトナム人留学生にも可能ではないだろうか。

問題の解決策

- ベトナム人観光客に人気のある日本酒を泉州地域、特に泉佐野市などで提供する。この日本酒はベトナム人の口にも合うようにスパークリング日本酒とし、このスパークリング日本酒を目玉にベトナム人観光客の誘致を行う。
- スパークリング日本酒を飲む場を泉州地域で開発する。
- スパークリング日本酒をお土産商品化する。

6次産業化を試み、スパークリング日本酒という新しい泉州の魅力を生み出した上で観光まちづくりを行い、問題の解決を図る。

提案プランの新規性

- 今まで日本全国でもベトナム人観光客に焦点を絞ったプランは多くない。また、泉州地域ではまずない。このため、ベトナム人に焦点を絞るのは新規性があると考えられる。
- スパークリング日本酒は多くあるものの、ベトナム人観光客向けに開発するスパークリング日本酒は存在しない。このため、ベトナム人観光客向けに焦点を絞るには新規性があると考えられる。
- これらの企画を(大阪観光大近くの)ベトナム人留学生が主体となってやったことはなく、新規性があると考えられる。

潜在需要が大きなベトナム人観光客向けの各種施策には新規性があると考えられる。

提案課題の目的

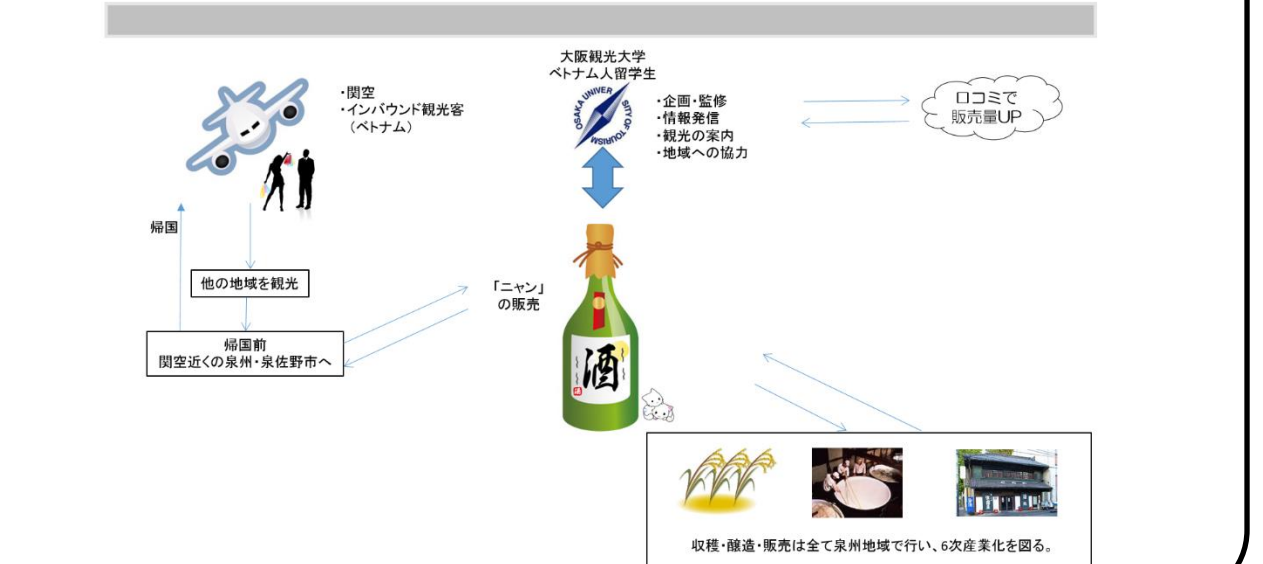
泉州地域で収穫されたお米を使い、泉州地域で醸造し、泉州地域で販売されるベトナム人向けのスパークリング日本酒を提供することを通じて新しい魅力を創造し、泉州、特に泉佐野市での観光まちづくりを行う。

ターゲット

約19万人のベトナム人観光客(2014年と比べ63%増)

関西への外国人入国者数

「ニャンと素晴らしい！ルオウバンニャン！」の概念図



なぜスパークリング日本酒か？

関空観光の魅力

項目名	回答数	割合
1 日本食・日本の酒	125	50.4%
2 旅館や温泉入浴	58	23.4%
3 自然・景勝地観光	91	36.7%
4 繁華街の街歩き	63	25.4%
5 ショッピング	101	40.7%
6 美術館・博物館	8	3.2%
7 テーマパーク	36	14.5%
8 ポップカルチャー	24	9.7%
9 特色あるお祭りやイベント	25	10.1%
10 湯水浴などマリスポーツ	2	0.8%
11 潮干狩りや地引網、釣りなどの体験	1	0.4%
12 日本の歴史・伝統文化体験	62	25.0%
日本の日常生活体験	45	18.1%
日本らしい町並みや農村景観	51	20.6%
その他	13	5.2%
無回答・不明	0	0.0%
合計	248	

日本酒に絞った理由

アンケート調査結果からベトナム人観光客の好みが分かるわけではないが、インバウンド観光客は日本食・日本の酒に興味を高く示していることが分かる。

友達などを通じている話を聞いた結論として、泉州の地域で完結できる日本酒、しかも、ベトナム人観光客の好みに合わせたスパークリング日本酒に焦点を絞ることでベトナム人観光客を誘致できると判断し、このプランを作成することにした。

今後の課題

酒造メーカーなどとの連携

日本酒を醸造するには酒造メーカーと連携する必要がある。このため、泉州地域でこのプランに賛同してくれる酒造メーカーを探す必要がある。

また、酒造メーカーに米を供給する農家や、完成したスパークリング日本酒を販売する酒屋も探す必要がある。

これがこのプランの今後の課題の一つである。

ベトナム人観光客の動向を把握

プランの中にも記載したように、泉州地域のインバウンド観光客の動向を調査した報告書は存在するが、次いで多いのが韓国語・中国語(繁体字・簡体字)であり、ベトナム語に対応した施設は殆どない。

従って、ベトナム語表記の施設を増やすとともに、私たちのようなベトナム人留学生が行政などと連携して通訳の補助をしてベトナム人観光客を誘致する仕組みをどう作るかが今後の「ニャン」の売上げにかかわる課題の一つとなる。

ベトナム語対応の観光地を整備

泉州地域では、インバウンド観光客に対応した施設でも英語表記がメインである。

次いで多いのが韓国語・中国語(繁体字・簡体字)であり、ベトナム語に対応した施設は殆どない。

従って、ベトナム語表記の施設を増やすとともに、私たちのようなベトナム人留学生が行政などと連携して通訳の補助をしてベトナム人観光客を誘致する仕組みをどう作るかが今後の「ニャン」の売上げにかかわる課題の一つとなる。