

## 地域人材ネット

### 観光と日本酒(地域資源)のマーケティングを生かして 外国人観光客誘致の新ビジネス創造

李 容淑 ( い よんすく )

関西国際大学 教授  
(株)リンカイ 代表取締役社長



#### ○登録者情報

##### 所在地

大阪府大阪市

##### 略歴

韓国生まれ、韓国霊山大学航空旅行学科卒業、ソウル京畿大学院博士前期課程終了(MBA)、修士学位修得  
ソウル仁徳大学観光経営学科 客員教授(2010-2011年) 現在大阪経済大学 客員教授 (情報社会学、人間科学学科) 多様なマーケティングと観光戦略論、多国籍企業の現状と訪日インバウンド観光論、観光と日本酒マーケティングで新ビジネス創造  
1992年来日、2008年VISIT JAPAN 大使に任命(当時YOKOSO JAPAN)(国土交通省)  
2012年6月京都府山田知事から関西観光大使に任命  
1997年1月(株)リンカイを設立し、韓国人観光客の受け入れ業務を担い、関西広域財団、岡山県、堺市、ソウル広報事務所運営、日韓文化、観光、国際交流を目的に活動。  
2002年日本酒利き酒師資格修得、日本酒を日本の地域文化として韓国でPR活動。  
2002年小泉総理内閣外国人観光まちづくり委員  
観光庁 国際交流推進課「普遍的な日本の魅力」の再構築・発信に関する検討会委員  
観光庁観光地域振興部観光資源課 <魅力ある日本のおみやげコンテスト> 審査委員  
観光庁国際観光政策課<訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する検討会>委員  
JNTOアドバイザーコミッテイ委員

## 著書・論文等

(著書)

1. <さくらとキムチ> 2011年9月20日日本語版
2. <今日私達は関西を向かう> 2004年12月16日韓国語版
3. <日本を売る女性> 2010年11月25日韓国語版
4. <自信を持つ女性は小皺まで美しい> 2001年4月20日韓国語版

(論文)

1. <Marketing the private label sake through story-telling> 2013年4月PPBA
2. <A Study on the Effects of Advertising Model's Attributes on the Trustworthiness of Coffee Enterprises and the Customer Loyalty > 2013年4月PPBA
3. <A Study on the Efforts to Recover from Lack of Service> 2012年5月PPBA
4. <The Study on Silver Market For Self-Paid Versus Offspring-Support Tour> 2011年修士論文



## ○ 観光と日本酒(地域資源)のマーケティングを生かして 外国人観光客誘致の新ビジネス創造

### 取組の内容

日本で韓流ブームがあるのと同様に、韓国でも日本ブームがあります。韓国人は、日本の伝統や匠の精神に憧れています。また、日本の文化そのものである温泉、日本酒、お料理、心を込めたサービスを観光資源として前面に出してアピールすることは、地域経済活性化には大事なことと考えます。

一方、韓国では日本酒ブームではありますが、反対に日本では、日本酒離れの傾向があり、それにより日本酒産業が縮小されており、日本の伝統技術継承の基盤が弱くなっています。日本酒ブームである韓国においても、日本酒の良さが分からないまま飲まれており、今後、日本酒の知識や多様な情報を伝えて行くことにより、日本酒輸出産業は確実に成長すると思います。

日本酒は日本の地域を代表するものですので、韓国での日本酒販売拡大は日本観光PRにも影響力があり、観光と日本酒を関連つけた広報やPRは、より効果的な方法だと確信しております。

その趣旨に基づき、私は、様々な地域の日本酒のPRイベントを韓国において実施いたしております。

日本酒造中央組合の主催、そして支援はKOTRA KOREAが行い、後援は日本大使館で私は利き酒師として、講演やセミナー、進行コーディネータを担当しております。

IT産業や情報技術が進んだ韓国での観光プロモーションとしては、多様な専門性、細分化された観光PRや情報発信が必要であります。多様な要求を持っている顧客のニーズに合う、具体的な対応方法やアイデアを出して対案を作る事が重要であると考えています。



## 実績

1. 2009年2月ソウルロッテホテルと日本文化院で日本の蔵元約20社ブース設置してセミナーや試飲会と相談会実施。
2. 2010年1月ソウルロッテホテルで日本の蔵元30社ブース設置してセミナーと試飲会相談会実施。
3. 2011年2月ソウルインタコンテナホテルで25社ブース設置してセミナーと試飲会と相談会実施。
4. 2012年2月ソウル日本大使館公邸で20社ブース設置して試飲会と相談会実施。
5. 2013年2月北海道日本酒蔵元巡りプロが取材実施しました。

このような継続的な日本酒PRとイベントを実施した結果、現在日本酒メーカー100社以上が韓国で輸出しており、韓国に輸出額は2007年10億円から2012年は37億円に成長されています。

観光プロモーションは、受入れ型とPR型の両面的に実施しております。  
2012年6月岡山県観光展実施(ソウルヨンドンポタイムスクエア1Fロービ)、  
2012年7月関西観光セミナー実施(ソウルロッテホテル)  
2013年2月鳥取県観光展実施(ソウルヨンドンポタイムスクエア1Fロービ)、  
日本各地年間3回以上、パワープロガや各分野広報専門家の視察ツアー実施、



## 工夫した点や苦労した点

韓国では日本酒が輸入される際、税関、通関、運送、検疫、成分検査などの手続きが厳しくなっています。その費用も高く、結局消費者への販売価格が日本と比べ大変高くなっています。

韓国で日本酒PRイベントをする際、大量のお酒の運搬、温度管理、気候、入れ物、飲み方、道具、衣装、雰囲気作り、酒の専門用語の説明など、日本の文化を伝えるために苦慮する点があります。

また、日本各地域ではトップの理解や関心が大事な事であり、その業務に関係する行政担当や組織のスピードと実行力を発揮させる事が大事な事でもあります。



## ひとことPR

政治レベルにおいては、最近、日韓関係に少し距離感が感じますが、国民的、民間レベルでの文化的交流はとても親しみを感じています。特に日本の食べ物や日本酒、日本観光を通じて日本が好きになる外国人は段々増えています。

私は日本と韓国の架け橋として韓国人が今まで知らなかった日本の魅力を韓国に伝え、より近い両国を作りたいです。

## ○ 参考

### 取組の分類

地域人材ネットでは、登録者の取組を11の政策分野に分類しています(複数の分野に該当するものもあります)。

	1	地域経営改革		7	まちなか再生
○	2	地場産品発掘・ブランド化		8	若者自立支援
	3	少子化対策		9	安心・安全なまちづくり
	4	企業立地促進		10	環境保全
	5	定住促進		11	その他
○	6	観光振興・交流			

### 連絡先

メールアドレス	<a href="mailto:leeyong58[アットマーク]gmail.com">leeyong58[アットマーク]gmail.com</a>	その他	
---------	--	-----	--

※メールを送る際には[アットマーク]を『@』に変えてください。

戻る