



総務省

Ministry of Internal Affairs
and Communications

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 (リ ヨンスク)

関西国際大学 経営学部経営学科国際ツーリズム専攻 教授



○ 登録者情報

所在地

兵庫県尼崎市

略歴

1993年来日、1997年(株)リンカイ 設立、韓国人受け入れ業務を担い、
関西観光本部・岡山県・堺市・泉州DMOの韓国広報担当
2002年小泉総理内閣「外国人観光まちづくり」委員
2004年1月30日、日本酒利き酒師資格取得、日本酒を日本文化として海外で取り組む広報活動展開
2008年 国土交通省観光庁VISIT JAPAN 大使
2016年 COOL JAPAN 大使
2016年 酒サムライ
2015年 安倍総理内閣主催「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」委員

著書・論文等

著書:「さくらとキムチ」2011年日本語版 「今、私たちは関西を向かう」2004年韓国語版 「日本を売る女性」
2004年韓国語版 韓国の「HOTEL RESTAURANT」雑誌に3年間日本酒コラム掲載
論文

- 1.<Marketing the private label sake through story-telling>2013・4月PPBA南アフリカ学会
- 2.<Cases of International Tourism Promotions Using Japanese Food Culture>2015・5・PPBA年ベトナム学会
- 3.<Revitalization of Japan's Traditional Tourism Industries>: A Focused Study of the Kansai Region >
2016・5・PPBA マレーシア学会
- 4.<Sake Branding Strategy: Securing Necessary Ingredients and Attracting Customers/Inbound tourists
through Storytelling>2017・5・PPBAペルー学会
- 5.<Promoting Japan's Tourism through SNS: A case study>2018・6・PPBA韓国ソウル学会

○ 観光と日本酒(地域資源)のマーケティングを口先から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時に、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全面に出すアピールは、地域経済活性化には大事なことと考えます。一方、日本酒ブームである韓国において、日本酒の良さが分からないまま飲まれている状況を踏まえ、今後、日本酒の知識や多様な情報を伝えていくことにより、日本酒の拡散と日本酒輸出産業にも確実に成長することと思われま。特に、西院のコロナ禍の中で、「5-アミノレブリン酸(5-ALA)が新型コロナウイルスの増殖を100%阻害」と発表され、韓国での日本酒販売拡大は日本観光と日本酒を関連づけた広報やPRは、より効果的な方法だと確認しております。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。日本大使館と協力を得て、日本酒酒造中央組合やJETRO KOREAと共同で行い、私は、利き酒師として、後援やセミナー、進行コーディネーターなどを担当して長年実施しております。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SNSなどを通じて、情報発信が行われています。今後、アフターコロナ後には、ニューノーマル観光・地域活性化に向けて外国人顧客ニーズに合う、具体的なアイデアを出して、対案を作ることが重要であると考えています。



実績

工夫した点や苦労した点

観光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。韓国での日本酒PRイベントをする際、大量のお酒の運搬、温度管理、期校、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労する点があります。また、日本各地域ではその業務に関連する行政担当者やDMOの関係者は海外目線を取り入れて取組むことが大事だと思います。

ひとことPR

外交レベルにおいては、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多いです。私は日本と韓国の架け橋として韓国人が知らない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

取組分野の分類

登録者の取組を12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.地域資源を活用した地域経済循環	2.まちなか再生
地場産品発掘・販路開拓	中心市街地活性化
6次産業化	空地・空家・空きビル・空き店舗等対策
経営資源の引継(事業承継等)・起業支援	商店街活性化
地域中核企業等の支援	その他
その他	
3.生活機能の維持	4.環境保全・SDGs
地域医療・福祉	分散型エネルギーシステム
地域交通	地球温暖化対策
集落機能の確保	廃棄物・リサイクル対策
その他	その他
5.防災減災・危機管理	6.観光振興・交流
建築物耐震化・長寿命化	○ DMOとの連携
地区防災計画	○ インバウンド対応
BCP	民泊・農泊
避難所運営	地域おこし協力隊の推進
感染症対策	その他
その他	
7.関係人口の創出・拡大	8.移住・定住促進
滞在・活動の場づくり	起業・事業承継等支援
地域おこし協力隊の推進	空地・空家対策
地域と関係人口の協働	地域おこし協力隊の推進
その他	その他
9.少子化対策、子ども・子育て支援	10.地域づくり人材の育成・教育
結婚・出産・子育て支援	○ 人材研修
働き方改革	ふるさと教育
子どもの貧困対策	○ 地域と教育機関の連携(高校魅力化・域学連携等)
その他	その他
11.自治体経営イノベーション	12.シティプロモーション・地域PR
財政マネジメント(公共施設管理・公会計整備)	地域プランディング
官民連携(PPP・PFI)	メディア活用策
自治体間連携	効果の把握・評価
住民参加	その他
その他	

関連ホームページ

連絡先

メールアドレス	leeyong58〔アットマーク〕gmail.com		
---------	----------------------------	--	--

※メールを送る際には〔アットマーク〕を『@』に変えてください。