

# マルシェノルド

第35号



## インバウンドと地域戦略

「インバウンド」とは、「外から中に入ってくる」という意味で、旅行業界では訪日外国人旅行や旅行者のことを表しています。2014年の訪日外国人は1341万人超、訪日外国人旅行消費の推計額も2兆278億円となり、いずれも過去最高を記録しました。15年の旧正月（春節）には多くの中国人観光客が訪れ、「爆買い」と呼ばれる高額消費が大きな注目を浴びました。人口減少社会の中で、地方にとっては域外需要を取り込む戦略として、インバウンドは大きな政策テーマの一つになっています。インバウンドを地域戦略とどのように結び付けていくのかを考えていきます。

## Contents

### インタビュー

インバウンドと地域の観光振興 .....	1
鶴雅グループ (株)阿寒グランドホテル 代表取締役社長 大西雅之氏	

### レポート

訪日外国人の消費動向を探る .....	8
---------------------	---

### 地域事例 ①

台湾人から見た北海道観光の魅力と可能性 .....	13
---------------------------	----

### 地域事例 ②

外国からの観光投資と地域づくり .....	18
～倶知安町ひらふ地区～	

### 北海道新時代

社会資本整備の現場を見て学ぶ .....	23
～新採職員と大学院生の合同見学から～	

### クローズアップ

第5回環境コモンズフォーラム コモンプール資源 ハスカップの新たな共有と保全を考える .....	26
--	----

### お知らせ

第29回ツール・ド・北海道2015 .....	30
公共建築の日フェスティバル2015「フォトコンテスト」 .....	31
「公共建築の日」記念行事 .....	32
Webサイト「北海道インバウンド・インフォ」開設から1年を迎えて .....	33
「コンクリート供試体確認版」のご案内 .....	34
お知らせ .....	35