テーマ１：観光振興／リージョナルレポート

テーマ名	観光振興	地方政府名	西ジャワ州
取組名称	西ジャワ州スマート・ツーリズム		
概　要	•西ジャワ州はインドネシアで最も人口の多い州である。 •1,924 カ所の観光名所と 4,882 件の娯楽施設を有する当州は、インドネシア・ムスリム・トラベル・インデックス（IMTI）2019 年で、ベスト・ハラル観光目的地に選ばれた。 •インダストリー4.0 の観点では、2、3 年後の「スマート州」の実現を謳った当州知事の声明に沿い、ゴー・デジタル・ムーブメントのキャンペーンを実施した。 •西ジャワ州スマート・ツーリズム（WJST）は、その特徴ゆえに、「政府主導マーケティング・ソリューションの包括概念」である。		
予 算 額	Rp. 5,000,000,000-	US$ 333,334	

1. <u>課題（現在の状況）</u>

- 山々からなる西ジャワ州には多くの川が流れ、南北 800 キロメートル超にわたる海岸沿いにはビーチが点在している。また、こうした地理的条件に加え、ブタウィ・マレー語圏、プリアガン言語圏、パントゥーラ言語圏という 3 つの言語圏が文化的多様性を醸成しているため、当州の観光は経済の牽引力としての大きな可能性を秘めている。
- 1,924 カ所の観光名所を有する西ジャワ州観光には、112 カ所の自然観光名所や 436 カ所の文化的観光名所のほか、特定の関心事や目的ごとに観光客を魅了する 376 カ所の名所がある。さらに、インドネシア中央統計データによると、当州には 4,882 件の娯楽施設が存在し、そのうち、レストランが 1,635 件、小規模レストランが 2,608 件、カフェが 639 件となっている。一方、宿泊施設としては 535 件存在し、1 つ星ホテルが 32 件、2 つ星ホテルが 96 件、3 つ星ホテルが 174 件、4 つ星ホテルが 210 件、5 つ星ホテルが 23 件ある。
- 西ジャワ州知事は当州を「観光州」として定め、2023 年には 300 万人の外国人観光客の訪問と、6,000 万人の国内観光客の訪問および流入を目標としている。
- 急速かつ大規模な技術開発は、インダストリー4.0 に向けた発展を示す徴候の一つである。データ交換とオートメーションの傾向は、観光産業を含むいくつかの産業ですでに始まっており、当州は、2019 年から 2023 年にかけて掲げる西ジャワビジョン、「イノベーションとコラボレーション（宗教・幸福・公正・コラボレーション・イノベーションに関する価値）を通したツーリズム・チャンピオン州」の実現を目指した取組を実行する。

2. <u>目標（将来像）</u>

ミレニアル世代の 70%は、すでにデジタル時代の恩恵を享受しており、スマートフォン上のアプリケーション 1 つで、目的地やメッセージを閲覧したり、料金を支払ったりするなど、安くて手軽な手法を活用している。こうした事情を踏まえ、西ジャワ州は、当州を訪れる観光客に総合サービスを提供するためのイノベーション政策を実施し、デジタル・インダストリー4.0 革命を全面的に迎え入れる上での独自の方法を考案する必要がある。そのためには、観光客がアプリケーション 1 つで情報収集や注文・決済を行うことのできるプラットフォームが必要不可欠だ。こうしたプラットフォームは、デジタル・ツーリズムにおける有形の成果物になるのと同時に、中小企業（SME）にとっては、デジタル・マーケットプレイスを介した商品販売で生き残りを図ることのできる基盤となる。この取組は、今後 2、3 年以内に当州を「スマート州」へ変貌させることを目的に知事が宣言した、ゴー・デジタル・ムーブメントと合致するものである。

3. <u>取組内容</u>

（概要）

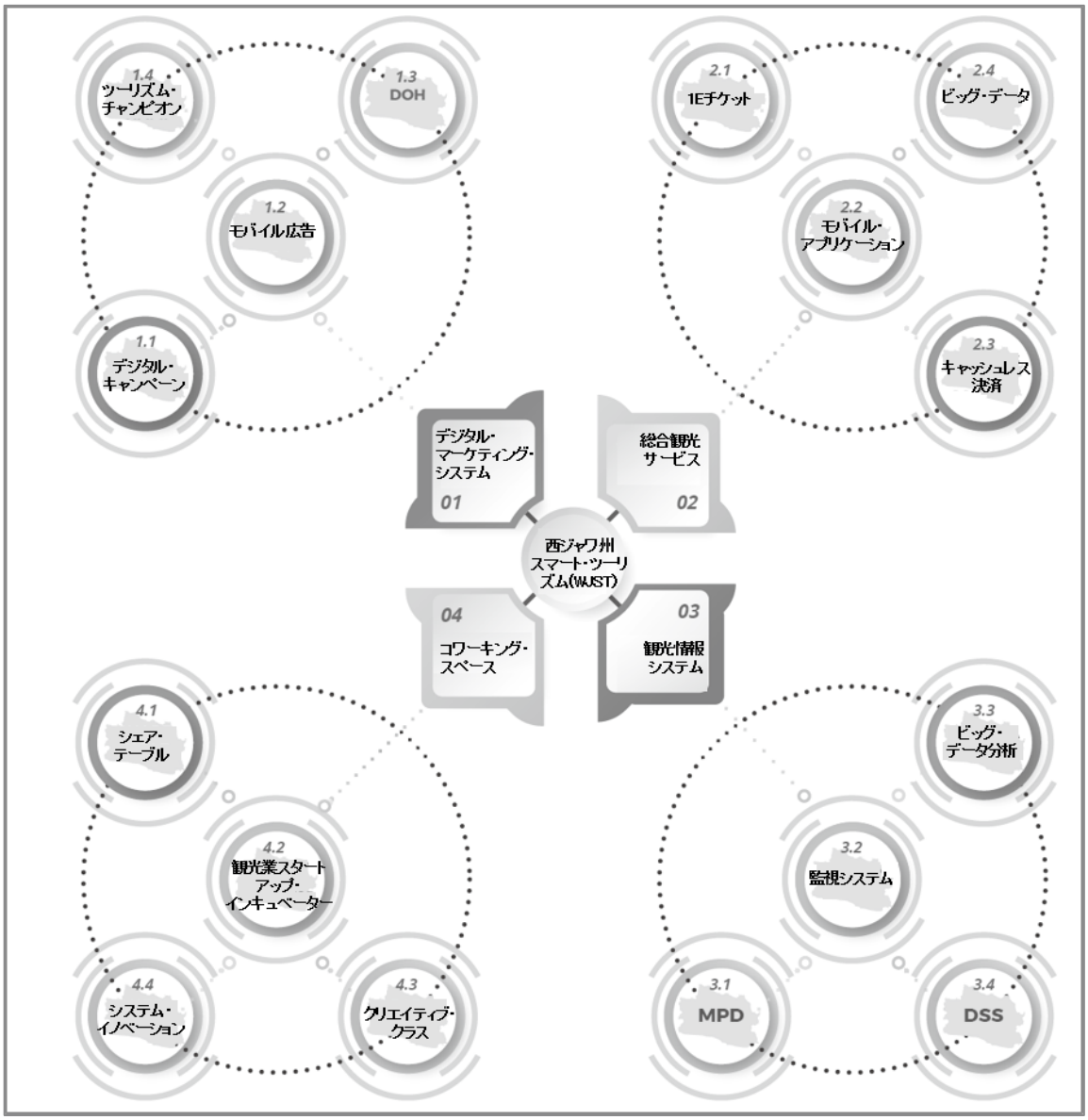
- 西ジャワスマートツーリズムは当州観光の運用概念であり、その一例として、利便性を介し観光客に最高級サービスを提供するための総合サービス・システムがある。

- 西ジャワスマートツーリズムの 4 つの柱となるのが、デジタル・マーケティング・システム、総合観光サービス、観光情報システム、コワーキング・スペースである。

（うまくいっていること）

- 過去 5 年間で、西ジャワ州への国内観光客の訪問や、ターゲット顧客による宿泊施設の利用が大幅に増加した。
- 西ジャワ州政府は観光文化省を通し、インドネシア・ムスリム・トラベル・インデックス（IMTI）2019 のベスト・ハラル観光目的地賞を受賞した。

（うまくいっていないこと）

- ベトナム、ラオス、タイといった近隣諸国とのプロモーションの競争激化によって当州への観光客は減少しており、インドネシアの他地域も同様の傾向にある。
- 西ジャワ州を訪れる外国人旅行者数と国内旅行者数の収集に関し、データが重複している可能性がある。その結果、データの不均衡度が大きくなり、マーケティング戦略を策定・実行する上で偏りが生じている。

4. <u>参考資料</u>