

フランクフルト国際観光会議社

(観光政策)

平成20年2月5日(火)

[面談者]

ニーナ・コール氏(国際部長)

[通訳]

ヴォルフ・ディーター・ハール氏



○説明者 有限会社フランクフルト市の観光会議協会です。こちらはフランクフルト観光についてのヘッドオフィスでございます。こちらの方の仕事はマーケティング。ヨーロッパ以外のお客様のための担当者でございます。それと日本についての仕事も担当しております。

まず、フランクフルトについての簡単なご紹介をします。

こちらフランクフルトは、ヨーロッパのちょうど真ん中にあたります。国際都市、商業都市、文化のまち、それでお祭りのまち、イベントのまちです。

とても大事なことは、近くにあるフランクフルト国際空港です。旅客数ではヨーロッパでパリの次の2番目です。それで世界では7番目となります。エアラインで世界の290都市と結ばれています。すべての世界じゅうの有名なエアラインの事務所は、フランクフルトの中にあります。全日空、JAL、もちろん有名なルフトハンザもでございます。それと、毎日ドイツから名古屋、大阪、東京からの直行便、毎日3便です。

フランクフルトはどこに行くのも距離的に短く便利です。例えばこちらからフランクフルト国際空港まで13キロ、ほかの周辺の大都市からは空港まで60キロ、80キロあります。空港からフランクフルトまで、タクシー10分です。地下鉄、市電に乗れば11分です。

そうすると、まちの中の移動に、乗り物は必要ありません。全部徒歩で行くことができます。例えば、旧市街は、30分あれば全部見ることができます。近くにあるまちまで、交通機関はすごく便利です。バス、地下鉄、電車など。例えば、ベンツの本社のシュツットガルトまで新幹線に乗ったら1時間ぐらいで、どこへ行くのにも便利です。

だから、国際都市というわけです。フランクフルト市の人口は65万人。今、ドイツの人口の10%は外国人ですが、こちらのフランクフルトは30%が外国人です。人口の65%は英語を話すことができます。こちらは韓国人が多いのですが、日本人の多いところはデュッセルドルフです。フランクフルトの日本人は4,500人ぐらいです。フランクフルトは外国人が多いこともあって、トラベルエージェンシーの事務所が多いのです。それから、フランクフルトはロンドンに次ぐ金融センターです。

ほかのところはやっぱり歴史ですね、やっぱり伝統が深いです。文化、経済のまち、しかし、まちの中にあっても、場所によって繁華街、あるいは閑静なところがございます。フランクフルトの旧市街、江戸時代からの商社の家、市役所もちろん、神聖ローマ帝国皇帝の戴冠式が行われたことで有名な大聖堂、オペラ劇、ドイツのデモクラシー・民主主義の発生の地である市役所の広場、それでいて新しいまちでもあります。銀行、日本の貿易センター、ヘッセン州の銀行。やっぱり見本市の関係で会議とか、コンベンションとか、そういうイベントがいっぱいあります。

あれはフランクフルト会議センター、見本市会場の隣の会議センター、これは見本市会場の中。見本市会場の中の一番古い建物は日本の明治時代からあります。

もちろん文化のまちです。美術館、博物館の数は40カ所。メイン川のあたりに、川岸に

美術館、博物館が14カ所あります。めずらしいですね、すべての美術館、博物館が集中してるんですよ、同じところに。

もちろん、每晚劇場とか、バレエとか、コンサートがございます。フランクフルトの一番立派な美術館。それから現代の美術館。工芸の博物館。

文化関係のイベントでは、あの有名なフランクフルトの夏をしめくくる博物館河岸祭りがあります。8月の末、2日間の間、300万人ですよ、2日間の中に。

2年前に、サッカーの世界カップがドイツで開催されましたが、それから有名になりました。そのときのライトアップのショー、そういう担当もこちらの方にあったんです。ワールドカップのときのイベントの仕事もこちらの方です。

6週間の間、メイン川の中に、大きなスクリーンがあったんです。そうすると、川岸からまちの人たちや観光客がその試合を見たんですね。そういう川の中のスクリーンというのは初めてです。

それのほかの大事なイベントは、クリスマスマーケットです。1カ月の間、300万人の観光客が来られます。それについてもこちらの担当でございます。

ちょっと統計の話をしてみると、2006年の観光客は300万人です。それで最初はやっぱりワールドカップの関係で人数が多かったと思ったのですが、2007年の数字は大分上がってきていますが、330万人です。ホテルの方、これも大分ふえてきました。国内のドイツ人の宿泊客も、100万人で、大分ふえてきました。しかし、外国人がやっぱり多いです。こちらの見本市の関係で。

フランクフルトを訪れるお客様の人数は8%増加しました。それと、宿泊の関係では5%の増です。国内のお客様は12%の増、海外から5%増です。

残念ながら、日本からのお客様の数が減っていて、8%ダウンです。去年、大体8万人ぐらいですね、2年前は9万人。ちょっと不景気の関係かもしれません。だから、いずれまた上がってくると思います。

まず、こちらは、1995年から市の関係でつくられた有限会社。100%フランクフルト市出資です。企業からの出資は全く入っていません。収支につきましては、毎年赤字になっています。20%の赤字補填は市から、80%は自分で運営した収入です。例えば、お祭り、イベントの関係で、500万ユーロ入ってくるんです。そのイベントの関係での収入、ホテルからの宿泊に関する収入です。それで、ホテルからの宿泊関係の収入は、1年間500万ユーロ、そして去年まで100万ユーロを市からもいただいています。今年はまだはっきりわかりませんが、少しもらえる金額が増えそうです。例えば、ドレスデンなりハンブルグは市からもっとたくさんもらっています。フランクフルトの方は割合少ないです。

こちらのヘッドオフィスの中で働いている事務員は、40人です。こちらの4階の方、イベントのセクションとマーケティングのセクション、見本市のセクション、そういう専門の

事務所となっています。下の方は、3階はコールセンター。もし海外から依頼があったら、コールセンターの方で、直接ホテルの予約もできます。そういう関係での収入もあります。

まちの中の事務所には、ツーリストインフォメーションもございます。駅の中と市役所の広場の方です。こちらから個人、団体客のためのサービス、ホテルの予約のサービス、例えばパックですね、2日間、3日間のパッキングのサービス、あとは観光とホテルとオペラのチケットなども扱っています。

こちらには会議の関係の専門の事業所もございます。会議の関係の予約とか、もちろん、市内観光とかガイドつきのコースもございます。

例えば、フランクフルトの地下鉄、バスのチケットがあります。一日じゅう使えば割引になる、すごく安くて経済的です。外国人の間で結構人気があります。

また、イベントの準備とか、ご相談のところもございます。少なくとも、1年間、40ぐらいのイベントがあります。クリスマスマーケットが一番有名です。これはもう一つの商売になりました。クリスマスマーケットはほかのまちにも輸出しました。おもしろいですよ。イギリスの方、余りなかったですけども、こちらのノウハウを使って、今すごく人気があります。そういうクリスマスマーケットはもともとドイツの伝統的なお祭りだったんです。いつか大阪の方でも、いかがでしょうか。

マインフェスタ・博物館河岸祭り、マイン川川岸の市場、そして花火大会。美術館、博物館もオールナイトオープンです。これはめずらしいです、夜中、2時、3時でも、子どもを連れてもいい、それですごく安いです。

こちらの活動ですね、そのマーケティングの将来についての目標は、やっぱり宿泊の数です。小さなコンベンションの数の拡大。会議の方ですね、やっぱり2,000人までは普通ですが、大きな会議、もうちょっとそういう人数をふやしたら経済的になります。コンピューターでオンラインのホテルブッキングですね、旅行会社やめて、直接に。オンラインにすると、経済的になります。それはこちらの方の利益にもなります。

例えば、見本市になると、ホテルの方はとっても高くなります。2倍、3倍ぐらいですね、5万、6万、10万円ぐらい。けれども、こちらのオンラインで経済的になります。そうすると、例えば、2年ごとのモーターショーは、10日間に200万人のお客様がいらっしゃいます。10月のブックフェアは、1週間の間に100万人です。

ホテルの数が250軒。そうすると、ホテルから毎年そういうマーケティングの料金、ちゃんといただくんですよ。説明書の中に、必ずそういうホテルの名前出てるんです。それはこちらの観光についてのイメージアップになります。ショッピングの関係で、文化の関係でもです。

今まで、外国人客の中の70%はお仕事の関係で、遊びの関係は30%。例えば、ドレスデン、そういうまちでは逆です。ドレスデンは観光70%、仕事の関係で30%。そうする

と、こちらの方は、ビジネスマンのための活動は第一ですが、将来のことを考えたら、やはり旅行者のために何か考えなくてはいけないと思っています。

やっぱり1人のお客様のために、文化の関係で何かつくらなくちゃいけない。オペラ、コンサート、ショッピング、お食事、ホテルの関係で新しいマーケットを開発しなくてはいけない。そうすると、今年の見本市のときは、インドの紹介をしました。来年は、サウジアラビアです。やっぱり将来のマーケットのことを考えなくてはいけない。そういうことで国際観光の見本市の方ももちろん参加いたしております。1年間に13回開催しています。毎年3月になると国際観光会議があります。

割合高いですよ、そういう見本市に参加しましたら、1回で、これらの場所で、2,000万円ぐらい。結構お金がかかります。ホテルのこと。場所のことなどで。けれども、いつかこの投資がメリットになって返ってくると考えています。

毎年1回、日本の方も参加するんじゃないですか。去年、私は東京に行きました。そして、去年も大阪、名古屋の方、そういう国際旅行会社の関係のメッセにも参加しました。

ご質問は、ありませんか。

○中井議員 いろいろとご説明いただきまして、概略つかませていただきました。あと、それぞれの団員の方から質問もあろうかと思しますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

○池田議員 まず、市役所の100%出資法人ということですが、働いておられる従業員の方、この方というのは、市役所から行ってる方なのですか。

○説明者 こちらで働いている公務員の方は3人です。ほかの方は全部民間の人です。スタッフの中の一番古い方は公務員として来られた方です。けれども、今は民間の人です。

○池田議員 そうすると、やはり日本でも大体、多くは、お役所の方って、余りなかなかそういう企画とか、苦手な人が多くて、やっぱりそういう民間の知恵を活用すると。

○説明者 もちろんそうです。

○土師議員 並々ならぬ観光の努力をされておられ、大変すばらしいですが、我市でもこれからマーケティングが非常に大事になりますので参考になります。結論として、大事なのは、マーケットソースの認識、それから新しいマーケットの開発が一番大事のように感じたのです。その点、詳しくお話してください。

○説明者 マーケティングのために、前の年に投資いただいたお金は500万ユーロ、それで80万ユーロをマーケティングのために使うんですよ。それは、だいたい利益の5分の1ぐらいにあたりますね。例えば、さっきの東京まで行ったりとか、新聞広告などのマーケティングのために使っています。

○西議員 500万ユーロの独自の利益のうち、ホテルから手数料的にいただくものはどんなものですか。

○説明者 ホテルの宿泊とかイベントとかいろいろです。

- 西議員 ホテルから手数料をもらえるというのはわかります。イベントの関連で、どういうビジネスモデルで収益を上げてらっしゃるのか。
- 説明者 やっぱり大きな企画がホテルの関係で入ってきます。その利益の中の80%はホテルからいただけるんです。ブッキングの関係で。
- 西議員 400万ユーロですね。
- 説明者 それから、例えば、見本市の露店の場所代などです。結構大きな収入になります。
- 水谷議員 まちのライトアップ見たんですけども、あれの企画はこちらでやられてるんですか。
- 説明者 はい、こちらの企画です。
- 水谷議員 どれぐらいの費用がかかりますか。
- 説明者 今、ちょっと調べてみます。
- 西議員 関連で聞いていいですか。ライトアップの費用は完全に持ち出しですか。それともやっぱりスペースを提供して、露店の費用でライトアップするんですか。
- 説明者 まず、大きな銀行からお金をいただいたんですよ。
- 池田議員 映像。スクリーンですか。
- 説明者 はい、スクリーン。イベントのために市から1,000万ユーロもらいました。
水面のスクリーンのイベントについては、6週間の開催で、300万ユーロ。これも市からいただいたお金です。けれども、銀行からいただいた金額は多かったです。
- 土師議員 これだけのことができるというのは、きっとすばらしいマーケティングスタッフがいるわけなんですけども、もう1回、念のために教えてください。40名とお聞きしましたけども、マーケティングスタッフは、コールさん含めて何名でしょうか。
- 説明者 40人の中のマーケティングの専門家は6人。ほかの事務所に比べたら割合少ないです。やっぱり各マーケットについての担当者、インド、アラビア、日本とか、そういうグループの担当者が1人。見本市の関係のプロモーションは2人です。
- 土師議員 コールさんのマーケティングの実務経験を教えてください。
- 説明者 5年間。もともとオーストリアの方のお仕事を3年間。今、そのマーケティングは8年間。それと大学の専門はやっぱりツーリズムです。今、大学の専門になりました。一番長い人間は20年間の経験者です。
- 西議員 それはずっと観光のビジネスでマーケティングをやってらっしゃるということですか。
- 説明者 そうです。観光ビジネスのマーケティング。
- 西議員 他業種から入ってくる場合というのは多いですか。ここのスタッフの方は。
- 説明者 例えば、1人の担当者はドイツのマーケティング。ドイツとホテルの予約。ホテルの関係。2番目の人はヨーロッパ。3番目の人はヨーロッパ以外。そして二人は会議と見本

市の担当者。例えば、ほかの仕事は、その説明書、チラシのプリンティングとかインターネットの活動も。それで1人は新聞記者の報告の関係の、テレビの担当者です。

○中井議員 いろいろと聞かせていただいてありがとうございました。観光客が30%を占めておられるということですが、当然、ビジネスで来られた方も時間があれば観光します。フランクフルト市に対して観光客がどういうふうな期待を持っているのかということについては、具体的にどういうふうな調査をされてるんでしょうか。

○説明者 調査については、ホテルからデータをいただくんですよ、国籍について。ホテルの方でアンケートの紙をお部屋に置いてあります。

○中井議員 公社の方から。

○説明者 そうです。例えば、目的とか、滞在希望とか、不満、そういう結果をホテルから直接いただきます。まず、第1に、どこからいらっしゃったのか、それから目的。

きのう、統計の専門家と話し合いました。やっぱりお客様にもうちちょっと細かいところまで聞いた方がいいんじゃないですかと。そういうデータをいただければ、将来についての活動はわかります。これ以上に大切なことはありません。

○西議員 それがマーケティングゴールのインクリース・オブ・インディペンデント・トラベラーズという、マーケティングだと思うんですけど。

それが日本で、例えば我々が受け取るものとして、フランクフルトへ来なさいよというのを受け取るイメージとしては、イベント以外にありますか、日本の個人旅行のお客さんがふえるための作戦はありますか。

○説明者 やっぱり第1は博物館、美術館です。次に、ドイツで一番有名なショッピング街であるゲーテ通りなどでのショッピング。歴史については、大聖堂。それから食事の関係ですね、やっぱり外国人が多いから、トルコ料理、イタリア料理、和食、何でもございます。

○中井議員 どうもありがとうございました。