

# 外国人観光客の中国地域内での周遊促進方策調査

## 報告書

平成 22 年 3 月

中国経済連合会

はじめに

全国に先駆けて少子高齢化と人口減少が進んでいる中国地方において、今後とも持続的に成長していくため、第1次産業から第3次産業まで経済波及効果の大きい観光産業は、将来を担う産業として期待されています。

国においても、今後、外国人観光客の誘致に力を入れていくため、様々な施策が検討されていますが、中国地方は外国人宿泊者数など他ブロックと比べて低水準にあります。このため、中国地方への外国人観光客を増やし、周遊を促進させて滞在時間を延ばすには、外国人観光客を対象に日本国内での旅行動向、観光情報入手先、日本国内での関心事などを把握し、外国人対応観光案内所の現状や課題を明らかにする必要があります。

そこで、中国経済連合会では観光文化委員会（委員長：仁田瀬戸内海汽船株式会社会長）で、今後の中国地方での外国人観光客の周遊促進方策を検討するにあたり、周遊の可能性の高い個人観光客を主な対象として訪日旅行の実態調査及びニーズ調査を行いました。

本報告書が観光振興に携わっている方々のご参考になり、中国地方への外国人観光客誘致に少しでも役立てれば幸いに存じます。

なお、本報告書は、中国電力株式会社エネルギー総合研究所と社団法人中国地方総合研究センターのご協力をいただきました。両シンクタンクに深く感謝の意を表しますとともに、アンケートの実施にあたりご協力をいただきました広島市および財団法人広島観光コンベンションビューローをはじめ関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

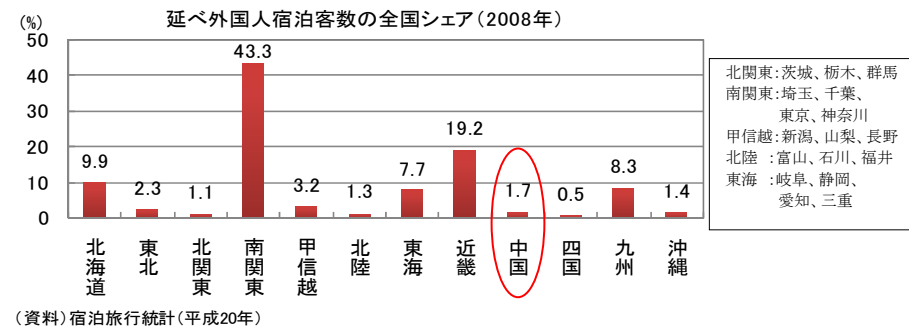
中国経済連合会  
会長 福田 督

# 外国人観光客の中国地域内での周遊促進方策調査

## I 調査概要・II 中国地域における外国人観光客の入り込み状況

### 1. 調査目的・対象

観光は、1次産業から3次産業まで広く経済波及効果の期待できる産業であり、既存の資源の活用や掘り起しなど、人口減少が続く中国地域においては、将来を担う産業として期待されている。しかし、中国地方においては外国人観光客の宿泊比率が全国比で1.7%と他地域に比べ低位にある。



また、中国地域内で最も多くの外国人が来訪している広島県においては、アジアからの観光客に比べて欧米系の観光客の割合が多くなっている。加えて、中国地域を訪れる外国人観光客は、東アジアからは団体旅行型、欧米系は個人旅行型が多いと推測される。

今後、外国人観光客の中国地域への来訪を増やし、中国地域内での周遊を促進させて宿泊を増やしていくためには、外国人観光客への情報提供と、外国人観光客を受け入れることができる地域を創出していく必要がある。

そこで本調査では、周遊の可能性の高い個人観光客、特に欧米系の個人観光客を主な対象として日本国内での旅行動向や観光情報入手の実態把握調査及び興味のあることなどを把握するためのニーズ調査等を行うとともに、外国人対応観光案内所の現状や課題を把握し、それらを踏まえ、中国地域内の周遊を促進させる連携促進策と案内所機能の強化策を検討する。

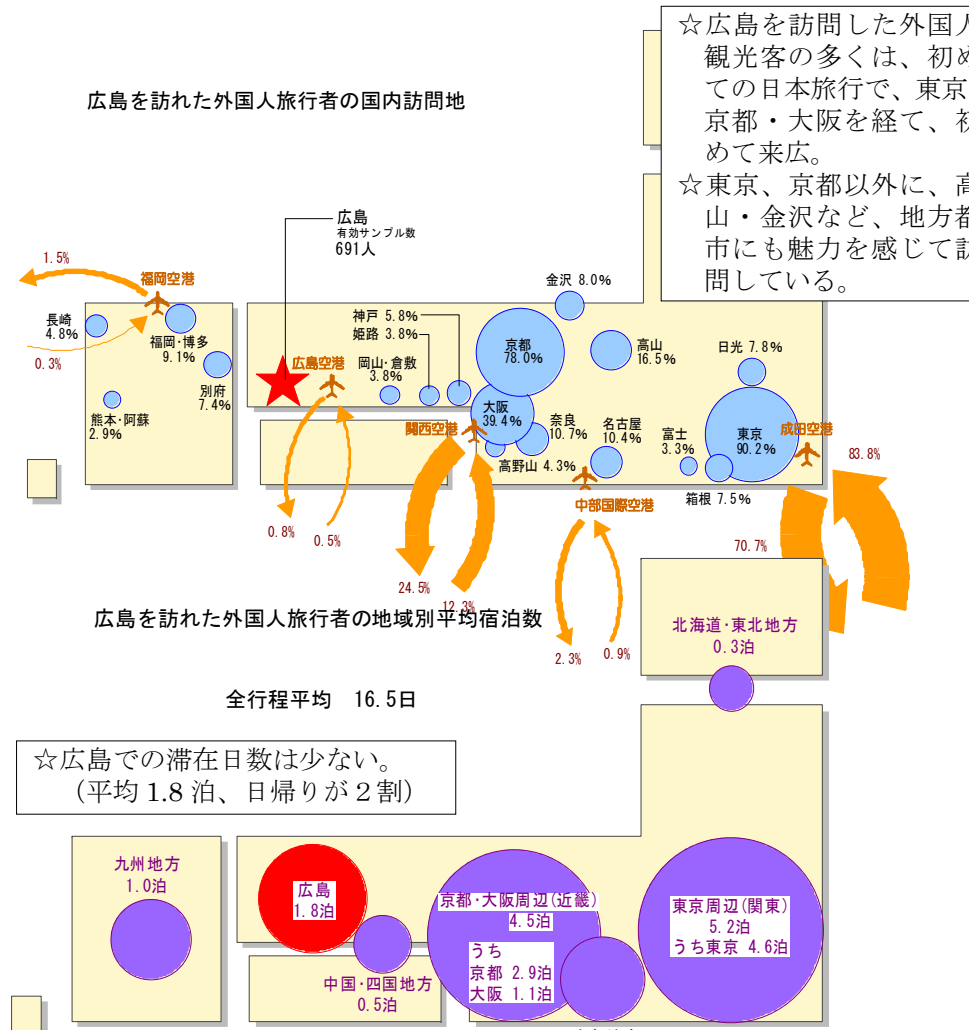
### 2. 調査方法

- 中国地域における欧米系観光客の現状把握**
  - ・ 県別国籍別訪問者数、旅行形態等の把握
- 中国地域における欧米系観光客の実態・ニーズ把握**
  - ・ 欧米系観光客等を対象とした中国地域内の周遊実態等の把握
- 外国人向け観光案内所の実態把握**
  - ・ ビジット・ジャパン(VJ)案内所等の国内主要都市における外国人観光客向け案内所の調査
- 中国地域内で欧米系観光客の周遊を促進するための方策検討**
  - ・ 欧米系観光客の周遊行動と情報入手特性と問題点
  - ・ 欧米系観光客の周遊を促進する観光情報提供のあり方

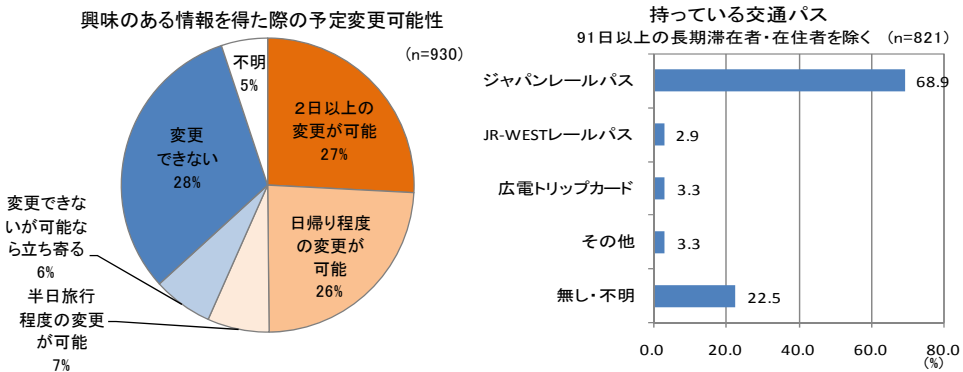
## III 中国地域における外国人観光客の実態・ニーズ把握

### 広島平和記念資料館における外国人観光客動向アンケート調査

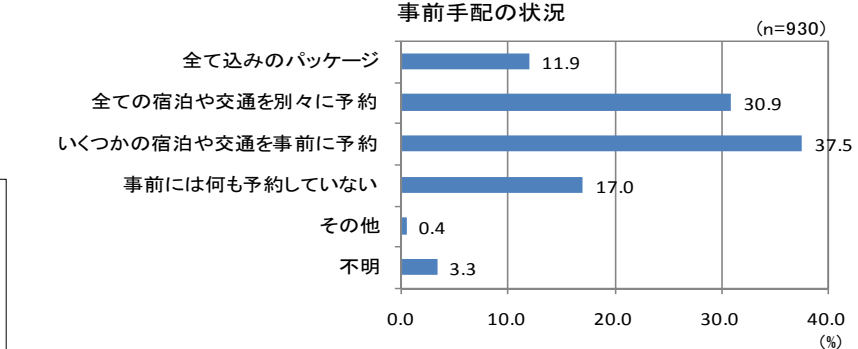
中国地方で最も外国人観光客の多い広島県の代表的訪問地である広島平和記念資料館において、施設を訪れた外国人観光客を対象に、旅行日程などについてのアンケート調査を行い、930件の回答を得た。



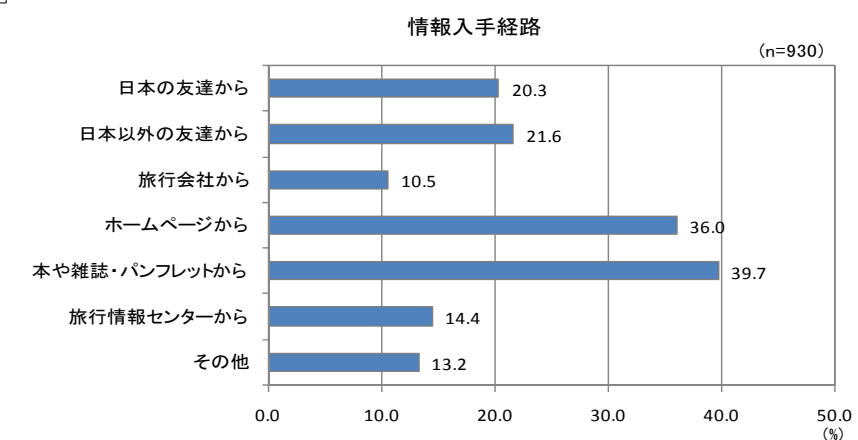
☆広島での滞在日数は少ない。(平均1.8泊、日帰りが2割)



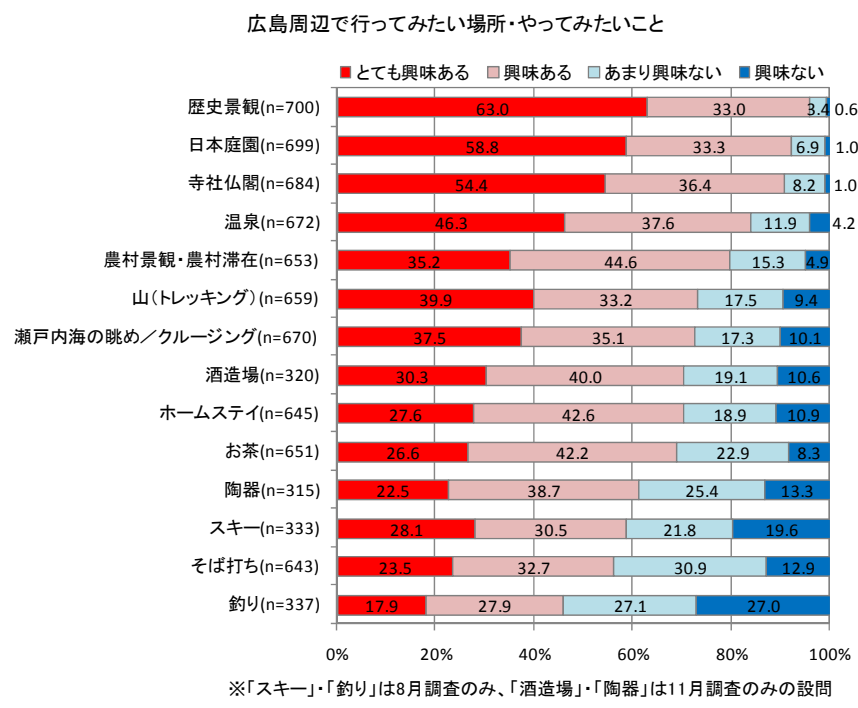
☆団体旅行は1割。ほとんどは個人旅行で来ている。



☆情報入手先は、本・雑誌、インターネットが最も多く、口コミが次いでいる。

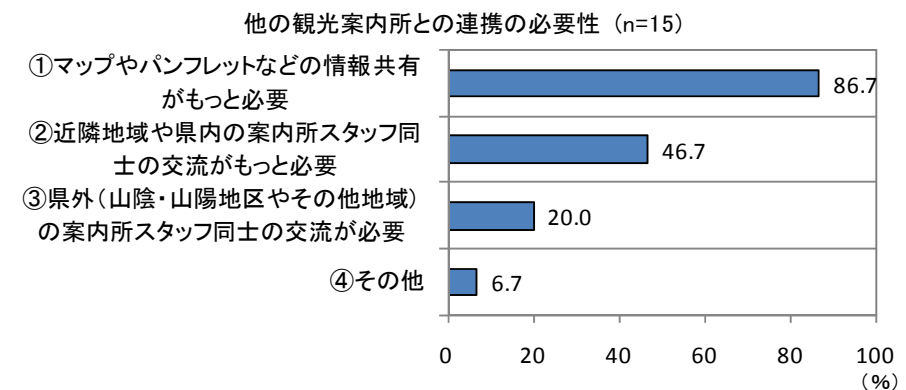
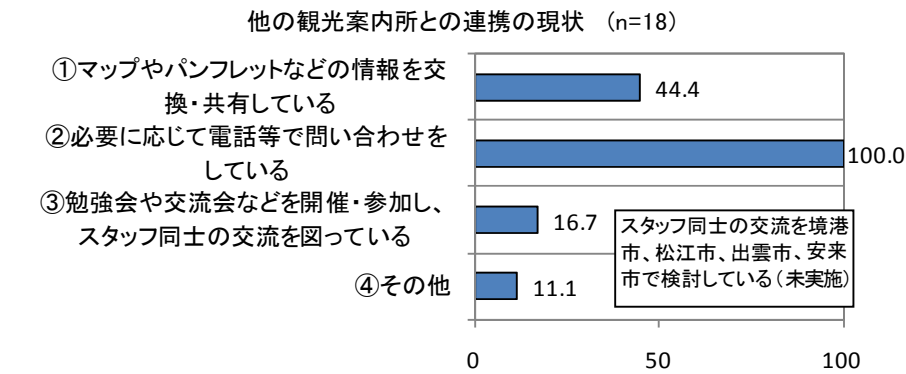
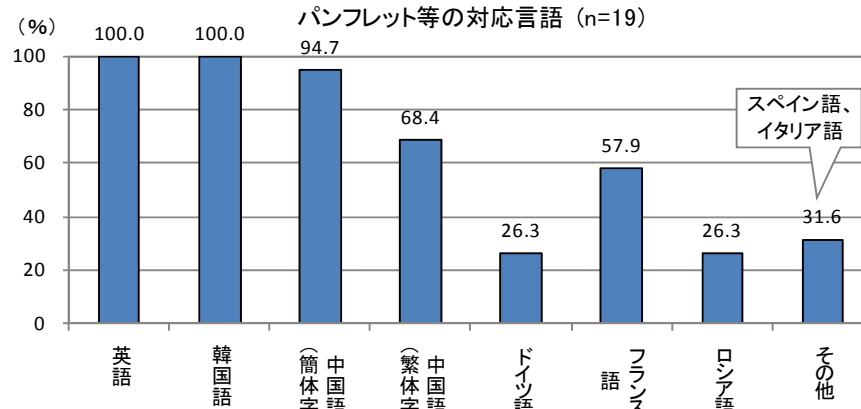
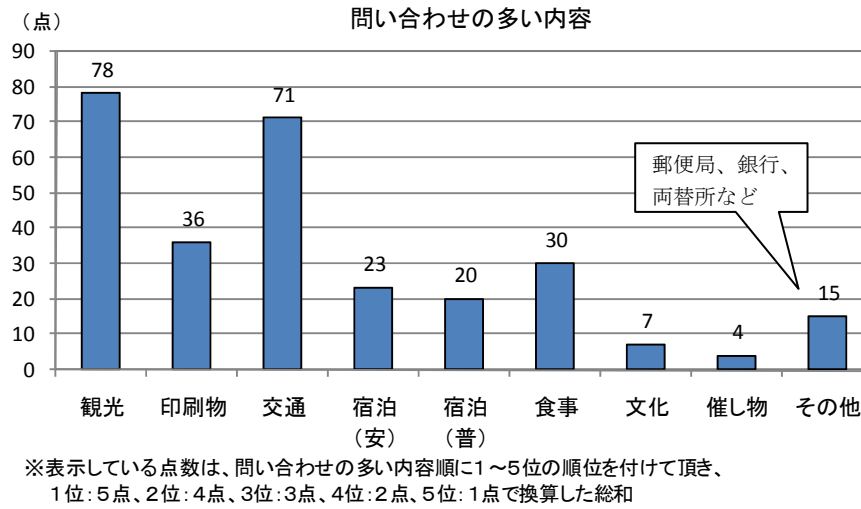


☆歴史・文化へのニーズが高い  
☆農村、山、瀬戸内海といった体験型へのニーズも7割以上。



【中国地方のビジット・ジャパン案内所(全20箇所)】

		案内所名称 〔運営者〕	常時対応人数 ・スタッフ総数 (常勤スタッフ、 パートスタッフ)	年間対応人数 (2008年)
駅・港併設型	鳥取	境港市観光案内所(境港内、JR 境港駅直結) 〔境港市観光協会〕	2名	100人
	島根	松江市国際観光案内所 (JR 松江駅北口) 〔(社)松江市観光協会〕	2名 (常3、パ1)	3,952人
	岡山	岡山市観光案内所 (JR 岡山駅構内) 〔岡山市〕	2名 (常3、パ0)	7,347人
		倉敷駅前観光案内所 (JR 倉敷駅前) 〔(社)倉敷観光コンベンションビューロー〕	1~2名 (常5、パ2)	4,616人
	広島	宮島観光案内所 (宮島港内) 〔(社)宮島観光協会〕	1名 (常6、パ12)	27,806人
		福山地方観光案内所 (JR 福山駅構内) 〔(社)福山市観光協会〕	名 (常0、パ4)	801人
		新尾道駅観光案内所 (JR 新尾道駅構内) 〔(社)尾道観光協会〕	1名 (常0、パ3)	90人
		広島市観光案内所 (JR 広島駅南口) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	1名 (常0、パ12)	13,872人
	山口	広島市観光案内所 (JR 広島駅新幹線口) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	1名 (常0、パ12)	21,108人
		新山口駅観光案内所 (JR 新山口駅新幹線口) 〔(財)山口観光コンベンション協会〕	2名 (常1、パ2)	800人
	萩市観光協会案内所 (JR 萩駅前) 〔(社)萩市観光協会〕	2~7名 (常7、パ0)	60人	
観光施設併設型	島根	足立美術館案内所 〔(財)足立美術館〕	5名 (常6、パ0)	7,494人
	岡山	岡山県国際交流センター 情報相談コーナー 〔(財)岡山県国際交流協会〕	2~5名 (常5、パ0)	135人
	岡山	倉敷館観光案内所 〔(社)倉敷観光コンベンションビューロー〕	2名 (常5、パ2)	1,666人
宿泊施設併設型	広島	広島市観光案内所 (平和記念公園レストハウス) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	2名 (常0、パ12)	25,949人
	広島	バックパッカーズ宮島 総宿泊可能人数: 48人	2名 (常2、パ2)	※2008年11月開業のためデータなし
		リーガロイヤルホテル広島 総部屋数: 490室	2名	5,994人
		いかわ旅館 総部屋数: 28室	3名 (常4、パ0)	6,000人
		旅荘 かわぐち 総部屋数: 7室	1~2名 (常2、パ0)	1,000人 ※宿泊者数
	ビジネス旅館山水 総部屋数: 6室	1名 (常2、パ2)	※宿泊者数不明	



＜現状、問題点・課題＞

■各案内所の連携

- ・「他の観光案内所とマップやパンフレットなどの一層の情報共有が必要」と回答した案内所は約9割。(アンケート結果より)
- ・「他の観光案内所との勉強会や交流会などによりスタッフ同士の交流を図っている」と回答した案内所は2割弱。(アンケート結果より)
- ・宿泊施設の斡旋や県外施設への取り次ぎを依頼されるが、対応ができないため、満足いただけないことがある。(岡山)

■拠点的案内所の機能

- ・広島、宮島、岡山、倉敷、松江といった県庁所在都市や主要観光地における案内所の利用者が多い。(現状調査より)
- ・観光客が増え、スタッフの人数が全く足りていない。予算を確保出来ないのが現状。(松江)
- ・多様化する旅の形態、個人の趣味や興味が様々なことから観光案内所の範疇を超えた質問や案内を求められ、どこまで対応すべきか悩ましい(広島)

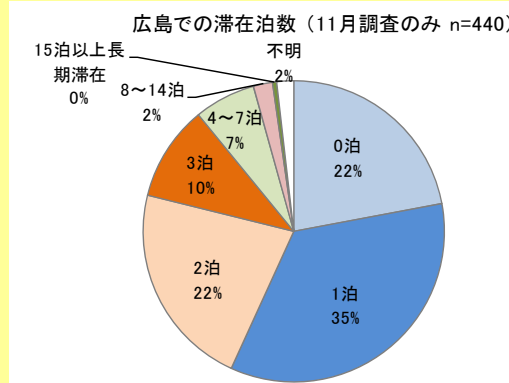
■言語対応能力

- ・パンフレット、チラシなどの外国語への翻訳に多大の費用と時間がかかり、鮮度の良い情報発信ができない。(境港)
- ・通訳ガイドが山陰で10名に満たず、富裕層来訪者が希望するエスコート手配依頼に応じられない。(境港)
- ・ロシア人観光客が多い当地で、ロシア語を話せる、翻訳できるスタッフが少ない。(境港)
- ・交通機関や公共施設など、外国人旅行者がよく利用する場所に、英語が話せるスタッフがほとんどいない。(松江)
- ・スペイン語やイタリア語の地図のニーズがある。(倉敷)
- ・市役所など関係機関と積極的に意見しあい、パンフレットの内容の充実化や需要の高い言語のマップを新しく増やしている。(2009年度からフランス語・台湾語のマップを新しく作成。)(倉敷)
- ・しまなみ街道のサイクリングマップの外国語版が必要と思っている。県を跨いで情報の更新が必要であるため、対応に限界を感じる。現状は日本語版を渡している。(尾道)
- ・当案内所、駅、バス等での外国語対応、外国語表記が不十分である。国際観光案内所のレベルアップの為、外国語対応可能スタッフを採用している。(足立美術館)

◆全国に比べて訪問比率の高い欧・米・豪の旅行者に対して、適切な情報提供を戦略的に行い、中国地域を更に周遊してもらおう。合わせて、受け入れ側の体制整備につなげ、継続的に外国人旅行者に来訪してもらえる地域をめざす。

中国地方を訪れる欧米系旅行者の特性

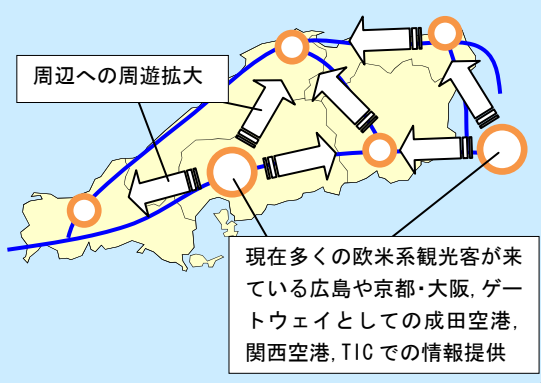
- ・比率は高いものの絶対数は少ない。(まだ知られていない地域)
- ・情報入手先はインターネットが多く口コミが次いでいる。
- ・広島を訪れた外国人観光客の多くは、初めての日本旅行で、東京、京都・大阪を経て、初めて来広。
- ・広島での滞在日数は少ない。(平均1.8泊、日帰りが2割)
- ・団体旅行は1割。ほとんどは個人旅行で訪れている。
- ・半分以上は旅程変更が可能。3割程度は宿泊も含めた変更が可能。



- ・特にバックパッカー旅行者は、滞在日数も多く、旅程変更可能性も大きい。周辺情報など多くの情報を求める傾向にある。
- ・ジャパンレールパスの保有率が高く全国を周遊している。
- ・歴史・文化へのニーズが高い
- ・東京、京都以外に、高山・金沢など、地方都市にも魅力を感じて訪れている。
- ・農村、山、瀬戸内海といった体験型へのニーズも7割以上。
- ・情報入手先は、本・雑誌、インターネットが最も多く、口コミが次いでいる。

特性から見た今後の方向性・仮説

- 各国に向けたPR、認知度向上が重要。事前のPRの際には、良く使われている雑誌への掲載や、WEB情報の充実が効果的
- 原爆ドームと厳島神社以外の魅力をPRすることにより、滞在時間を延ばせないか
- 広島や京都・大阪など案内所での情報提供が周辺への周遊につながる



- 広島や京都・大阪などのバックパッカー向けの宿泊施設での情報提供により周辺への周遊につながる
- ジャパンレールパスで訪問可能な魅力のある場所の情報提供や、路線図と所要時間などの情報提供があると良いのではないかと
- 地方文化を体感できる場所として、倉敷、松江、萩などは欧米系観光客に好まれるのではないかと
- 農村体験、島嶼部へのクルーズなども可能性がある
- まずは来た人に満足して帰ってもらうことが重要
- 日本に住んでいる人にも体験してもらうことが口コミにつながる

現状と課題を踏まえた具体的な施策

国内外の情報発信手法の重層的な活用

- ①国外でのPR (国別プロモーションの強化)
  - ・国別のマーケティング、及び各国のニーズに応じたPR
  - ・旅行社の招請だけでなく、ロンリープラネットやミシュランなど外国人観光客によく利用されている雑誌社やテレビ局などの招請による各国でのイメージ形成、認知度向上
  - ・WEB情報の拡充 (各国の観光情報サイトへの掲載、認知度向上)
 (期待される実施主体:各県(VJC事業)の一体的な事業展開,中国地域観光推進協議会)
- ②国内でのPR (国内・地域内での情報提供)
  - ・東京、京都、大阪での情報提供の拡充 (特にゲートウェイである成田空港や関西空港での情報提供)
  - ・中国地域内での情報提供の拡充 (特に観光案内所や宿泊施設における中国地方内の他地域情報の提供促進、相互交流の推進)
 (期待される実施主体:中国地域観光推進協議会)
- ③バックパッカーや日本在住者を媒介とした口コミ情報提供手法
  - ・外国人にあまり知られていない場所への日本在住外国人やバックパッカー旅行者の誘導促進 (在住外国人対象のモニターツアー実施、東京・京都・広島などのゲストハウスなどでの情報提供、ゲストハウススタッフの研修の機会提供)
 (期待される実施主体:中国地域観光推進協議会、各県、民間(宿泊施設))
- ④マップやパンフレットの整理、充実
  - ・旅行者に必要な情報冊子として、(1)イメージ形成や歴史・背景などを学習するための読み物、(2)広域的に周遊するための広域路線図、(3)それぞれの街でのまち歩き用タウンマップ (食やショッピング、ATM等の情報) の3種類が必要。
  - ・在住者やレンタカー利用者向けには広域の道路図が必要。
 (期待される実施主体:中国地域観光推進協議会、各県・市・観光協会)

外国人対応案内所の機能強化

- ①観光案内拠点の充実
  - ・拠点案内所 (各県の主要駅案内所等) の人員確保、情報集約、案内所への誘導サイン設置、など
 (期待される実施主体:各県・市・観光協会)
- ②観光案内所での提供情報の整理
  - ・市町村域や県域を超えた広域的な観光情報提供、交通案内、宿泊情報提供
  - ・民間事業者との連携による「食」に関する情報提供
  - ・外国人対応可能な体験型観光に関する情報提供
 (期待される実施主体:各県・市・観光協会)
- ③中国地方総合観光案内所の設置・運営
  - ・中国地方の情報拠点として広島駅に総合案内所を設置
  - ・各案内所で必要とされている言語のマップ作成、継続的な情報更新のための翻訳スタッフ・翻訳費用の確保、多言語案内ツールの開発・普及、など
 (期待される実施主体:広島市)
- ④案内所の連携強化
  - ・中国地方の案内所スタッフの交流・相互学習の機会提供 (JNTOセミナー中国地方版の開催)、マップやパンフレットの相互設置、など
 (期待される実施主体:中国地域観光推進協議会)

受け入れ側の体制整備

- ①交通・移動の容易性確保
  - ・ICOCA、PASPY、Suicaなどの交通系ICカードの外国人利用促進、ジャパンレールパスの積極的活用 (ジャパンレールパス保持者への特典など)、案内看板や道路標識の日英併記、アイコン化など分かりやすい表示
 (期待される実施主体:国土交通省、各県、民間(交通事業者))
- ②受け入れ側の資源やサービスの整備
  - ・京都・大阪へ広島間の資源としての「岡山・倉敷+松江周辺地域」や、広島から少し足を伸ばす先としての「山口・萩地域」など、欧米系観光客に好まれる地方都市の集中的なPR
  - ・既存のグリーンツーリズムのコンテンツを外国人向けに提供するなど、既存資源を活用した外国人受入の推進
  - ・中国地方内宿泊施設の「ウェルカムイン」への登録促進
  - ・外国人旅行者にも使いやすい通信環境構築のため、海外携帯電話の利用可能環境整備や、主要観光地や案内所等における公衆無線LANサービスの展開などインターネット接続環境の整備推進
  - ・海外発行クレジットカードへの店舗側の迅速な対応や、キャッシング可能なATMの設置拡大
 (期待される実施主体:各県・市・観光協会、民間(宿泊事業者、観光事業者、飲食店舗、商業施設など))
- ③地域のおもてなしの心 (ホスピタリティ) の向上
  - ・宿泊施設における外国人観光客対応の心得などを学ぶセミナーの開催などによるホスピタリティの向上
  - ・日本在住の外国人 (留学生、研修生、在住者) に訪れてもらうモニターツアーや通訳スタッフとしての活用など、地域で外国人対応を経験することによる地域ぐるみの外国人対応の推進
 (期待される実施主体:各県・市・観光協会、民間(宿泊事業者、観光事業者、飲食店舗、商業施設など))
- ④観光人材の確保・育成
  - ・観光地域プロデューサーなど観光専門家の確保と育成
  - ・地域の実情に精通した人材の育成
  - ・観光ガイドや案内所スタッフの育成
  - ・大学と連携した留学生の活用
  - ・人材の確保・育成のための資金支援
 (期待される実施主体:国、各県・市)

# 目 次

## <概要版>

## <本編>

I 調査概要	1
1. 調査目的・対象	1
1) 調査目的	1
2) 調査対象	1
2. 調査方法	1
II 中国地域における外国人観光客の入り込み状況	2
1. 中国地域への外国人観光客の入り込み状況	2
1) 延べ宿泊者数（宿泊旅行統計）	2
2) 訪問率・訪問目的（訪日外客訪問地調査）	5
2. 中国地域の国際航空路線等の状況	8
1) 国際定期便就航状況	8
2) 外国人入国者数	9
III 中国地域における外国人観光客の実態・ニーズ把握	10
1. 調査企画	10
1) 調査主旨	10
2) 調査概要	10
2. 外国人観光客動向アンケート結果（広島平和記念資料館）	11
1) 調査概要	11
2) 調査結果	12
3. 外国人観光客動向アンケート結果（バックパッカー向け宿泊施設）	36
1) 調査概要	36
2) 調査結果	37
4. 在日米国人ニーズ調査結果	43
1) 調査概要	43
2) 調査結果	43

<b>IV 外国人向け観光案内所の実態把握</b> -----	<b>48</b>
1. 調査企画 .....	48
1) 調査主旨 .....	48
2) 調査概要 .....	48
2. 中国地域のビジット・ジャパン案内所の現状調査 .....	49
1) ビジット・ジャパン案内所の概要 .....	49
2) 中国地方の「ビジット・ジャパン案内所」の状況 .....	52
3. 中国地域のビジット・ジャパン案内所ヒアリング .....	60
1) 調査概要 .....	60
2) 調査結果まとめ .....	60
3) 調査結果詳細 .....	61
4. 外国人総合観光案内所(TIC)等ヒアリング .....	67
1) ヒアリング調査概要 .....	67
2) ヒアリング調査結果まとめ .....	67
3) ヒアリング調査結果詳細 .....	69
<b>V 中国地域内での周遊を促進するための方策の検討</b> -----	<b>92</b>
1. 欧米系観光客の訪日旅行の特性から見た来訪促進方策 .....	92
1) 欧米系観光客の訪日旅行の特性と今後の方向性・仮説 .....	92
2) 中国地域における欧米系観光客の来訪促進方策 .....	93

## I 調査概要

### 1. 調査目的・対象

#### 1) 調査目的

観光は、1次産業から3次産業まで広く経済波及効果の期待できる産業であり、既存の資源の活用や掘り起しなど、人口減少が続く中国地域においては、将来を担う産業として期待されている。しかし、中国地方においては外国人観光客の宿泊比率が全国比で1.7%と他地域に比べ低位にある。

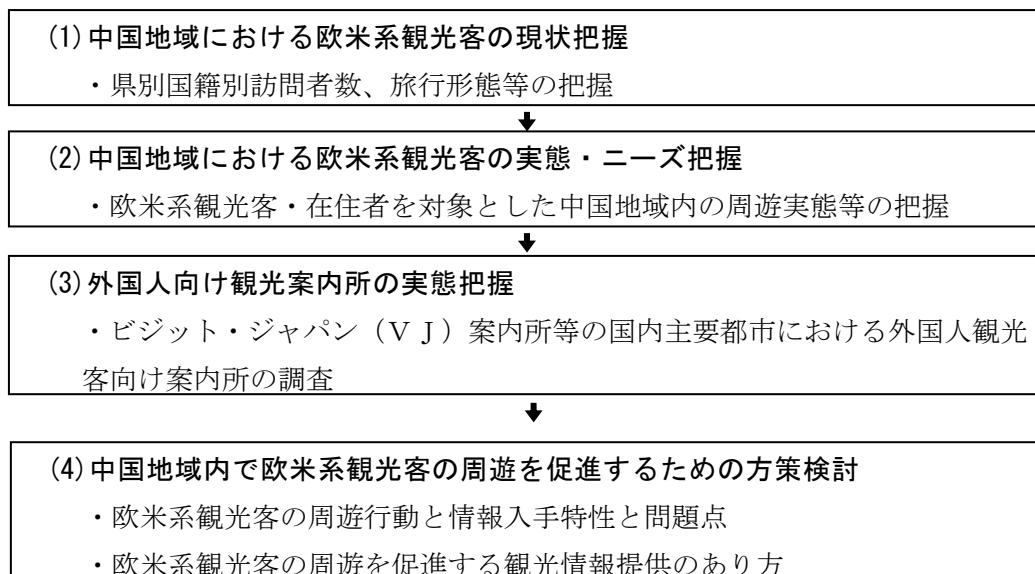
今後、外国人観光客の中国地域への来訪を増やし、中国地域内での周遊を促進させて宿泊を増やしていくためには、外国人観光客への情報提供と、外国人観光客を受け入れることができる地域を創出していく必要がある。そこで、外国人観光客を対象として日本国内での旅行動向や観光情報入手の実態把握調査及び興味のあることなどを把握するためのニーズ調査等を行うとともに、外国人対応観光案内所の現状や課題を把握し、それらを踏まえ、中国地域内の周遊を促進させる方策について明らかにする。

#### 2) 調査対象

中国地域内で最も多くの外国人が来訪している広島県においては、アジアからの観光客に比べて欧米系の観光客の割合が多くなっている。また、中国地域を訪れる外国人観光客は、東アジアからは団体旅行型、欧米豪からは個人旅行型が多いと推測される。

本調査では、今後の中国地域での周遊促進方策を検討するにあたり、周遊の可能性の高い個人観光客、特に欧米系の個人観光客を主な対象として実態調査及びニーズ調査を行う。

### 2. 調査方法





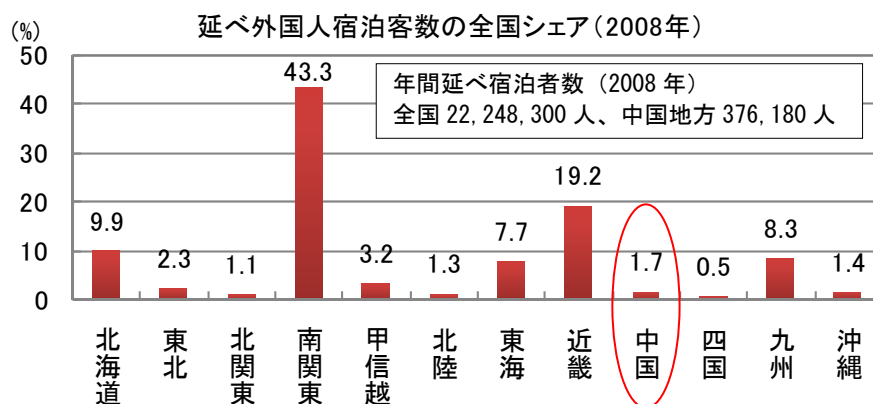
## Ⅱ 中国地域における外国人観光客の入り込み状況

### 1. 中国地域への外国人観光客の入り込み状況

#### 1) 延べ宿泊者数（宿泊旅行統計）

※宿泊旅行統計(国土交通省観光庁)	
○調査の目的：	宿泊旅行統計調査は、我が国の宿泊旅行の実態を全国規模で把握することを目的。
○調査の対象：	調査対象は、 <u>従業者数10人以上の全宿泊施設</u> （ホテル、旅館及び簡易宿所）。平成16年事業所・企業データベース（総務省）をもとに国土交通省で補正を加えた名簿による。
○調査の期間：	平成20年1月から12月の <u>12ヶ月間</u> 。
○調査の方法：	調査は、国土交通省観光庁から調査対象施設へ調査票を配布し、報告者（調査対象施設）が、自ら調査票に記入し返送する方法で実施。調査は、調査の実施、審査・集計等を民間に委託して実施。

宿泊旅行統計によると、中国地方における外国人の年間延べ宿泊者数は 376,180 人（2008年）となっている。延べ宿泊者の全国シェアは1.7%となっており、他ブロックと比較すると、宿泊が少なくなっている。

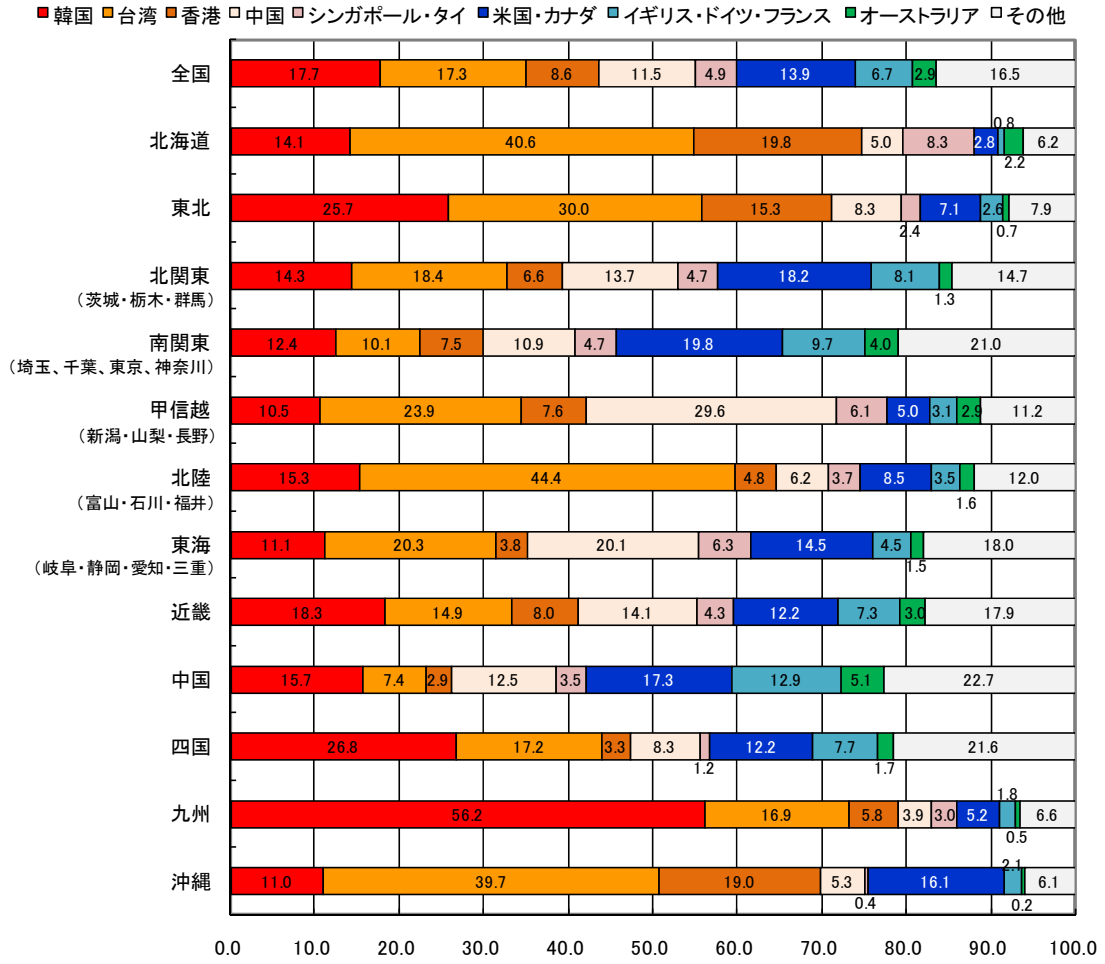


(資料) 宿泊旅行統計(平成20年)

北関東：茨城、栃木、群馬	南関東：埼玉、千葉、東京、神奈川
甲信越：新潟、山梨、長野	北陸：富山、石川、福井
東海：岐阜、静岡、愛知、三重	

中国地方における外国人の年間延べ宿泊者数を国別に見ると、全国で最もアジア系の割合が少なく、欧米豪からの外国人が多い地域となっている。

外国人観光客国別構成比のブロック比較(2008年)

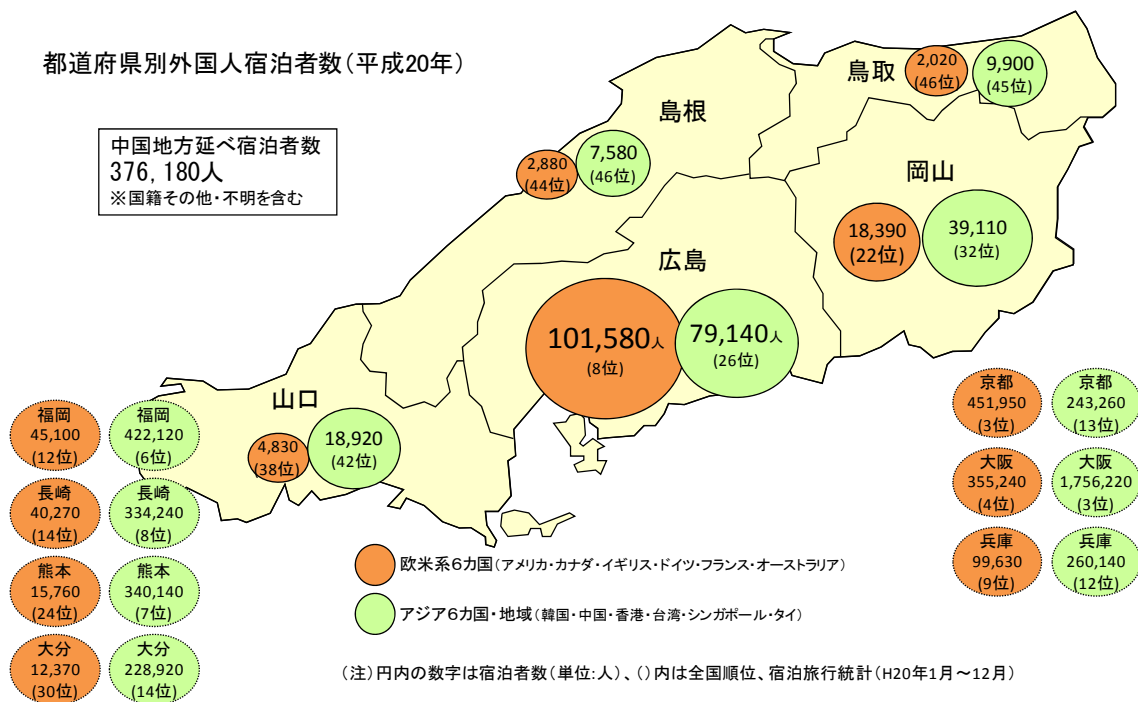


(資料) 宿泊旅行統計(平成20年)

(%)

外国人の年間延べ宿泊者数について中国地方内の県別にみると、広島県が最も多くなっている。中でも欧米系6カ国からの旅行者の宿泊者数が多くなっており（全国8位）、3大都市圏以外の地方都市では最も多い宿泊数となっている。

都道府県別外国人宿泊者数(平成20年)

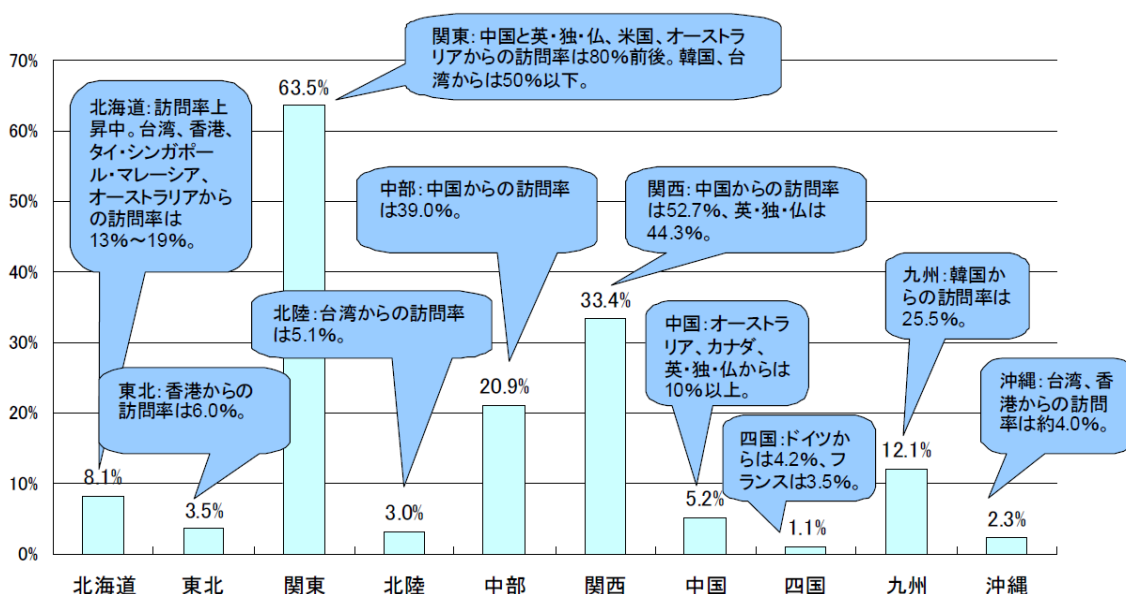


## 2) 訪問率・訪問目的（訪日外客訪問地調査）

### ※JNTO 訪日外客訪問地調査 2008

- ① 調査対象：日本旅行を終え、出国直前の外国人旅行者（滞在期間が2日以上90日以下）
- ② 調査方法：外国語能力を備えた調査員によるインタビュー調査
- ③ 調査場所：9空海港（新千歳、仙台、成田、羽田、中部、関西、福岡、那覇の各国際空港及び博多港）の出国待合室。9空海港で、出国者総数の約90%をカバー。ただし、クルーズ船やチャーター便で上記9空海港以外に直接入国する旅行者が増えているが、それらは訪問率に反映されていない。
- ④ 調査時期：2008年2月、7～8月、10月
- ⑤ 調査内容：旅行者の国内訪問実態、訪日動機・目的、訪日回数、旅行形態など
- ⑥ サンプル数：14,963  
内訳：韓国 4,041、台湾 2,603、中国 1,488、香港 1,001、米国 1,636、英・独・仏 1,119、タイ・シンガポール・マレーシア 770、その他 2,305

訪日外客訪問地調査によると、日本国内9空海港（中国地方の空港・港湾は含まれていない）から出国する外国人旅行者のうち、国内旅行中の訪問地として中国地方内の地域を挙げた人の割合（訪問率）は5.2%となっている。



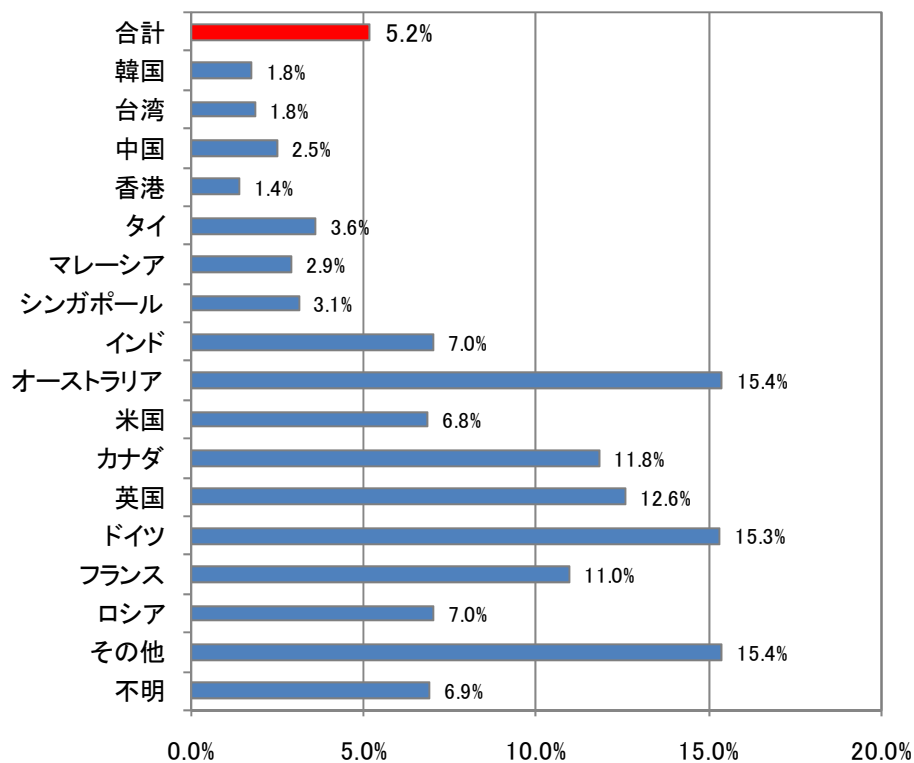
注：「タイ・シンガポール・マレーシア」と「英・独・仏」の訪問率はともに3カ国の数値を合算したもの。

	北海道	東北	関東	北陸	中部	関西	中国	四国	九州	沖縄
2006年度	6.4	3.6	65.4	3.4	21.3	33.4	5.1	1.1	11.2	2.4
2007年度	7.6	4.0	62.8	3.1	19.9	34.2	5.2	0.9	12.4	2.2
2008年	8.1	3.5	63.5	3.0	20.9	33.4	5.2	1.1	12.1	2.3

（資料）JNTO 訪日外客訪問地調査 2008 結果速報（参考資料）

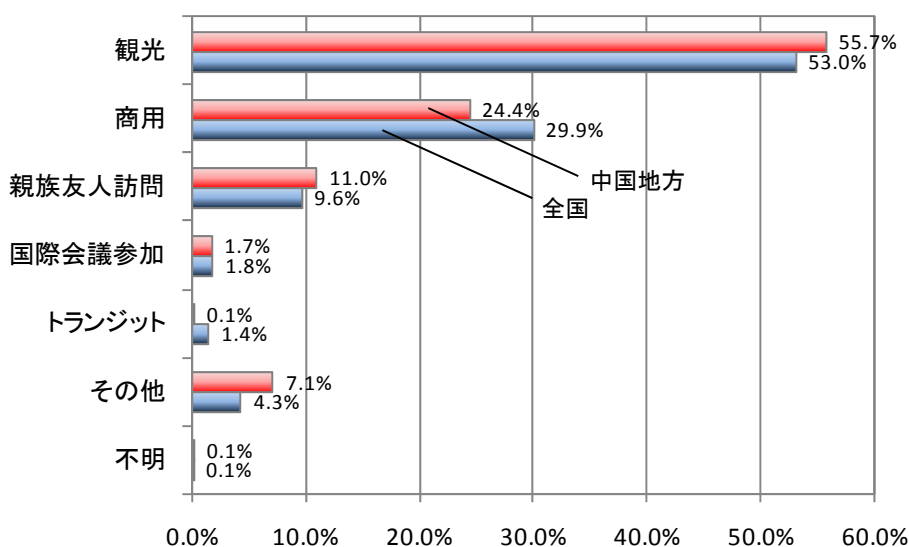
訪日外客訪問地調査における中国地方への訪問率を国別にみると、オーストラリア、ドイツ、イギリス、カナダ、フランスからの旅行者は 10%を超えているなど欧米系の訪問率が高い一方、韓国、台湾、中国、香港からの旅行者は 2.5%以下と低くなっている。

中国地方への市場別訪問率(平成20年)



(資料)JNTO 訪日外客訪問地調査2007/2008

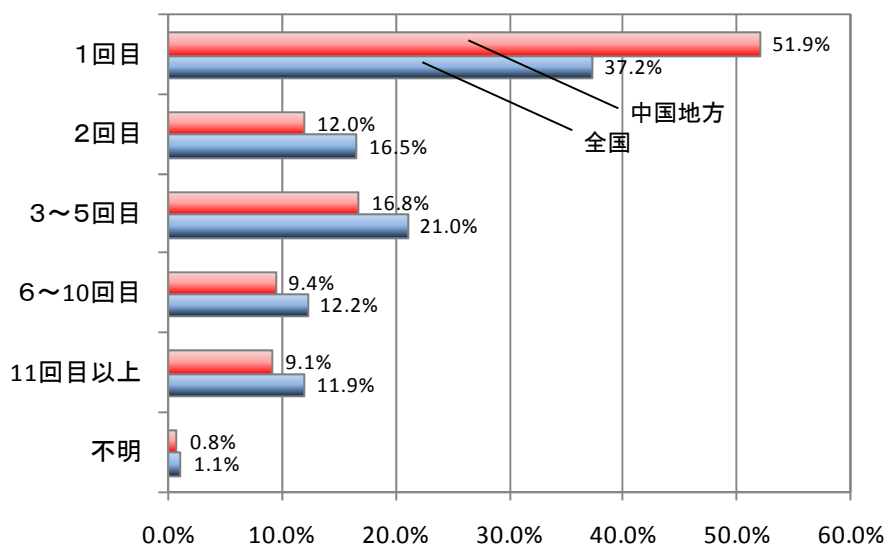
訪日目的別訪問率(平成20年)



(資料)JNTO 訪日外客訪問地調査2007/2008

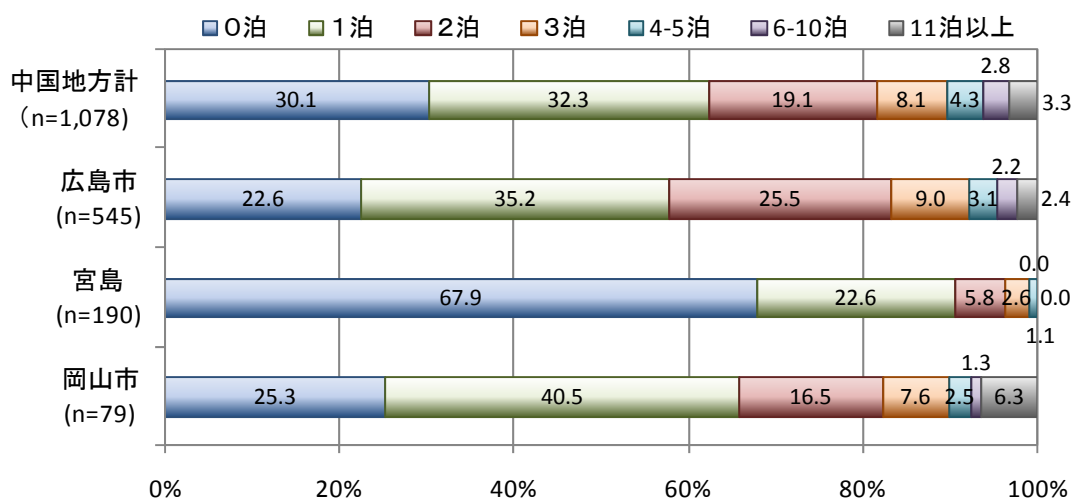
また、訪日回数別にみると、初めて日本を訪れた人が中国地方を訪れている割合が高くなっている。また宿泊数は、0泊（日帰り）が3割、1～2泊が5割と、8割以上の人が2泊までの滞在となっている。

訪日回数別訪問率(平成20年)



(資料) JNTO 訪日外客訪問地調査2007/2008

訪問地別宿泊数



(資料) JNTO 訪日外客訪問地調査2007/2008

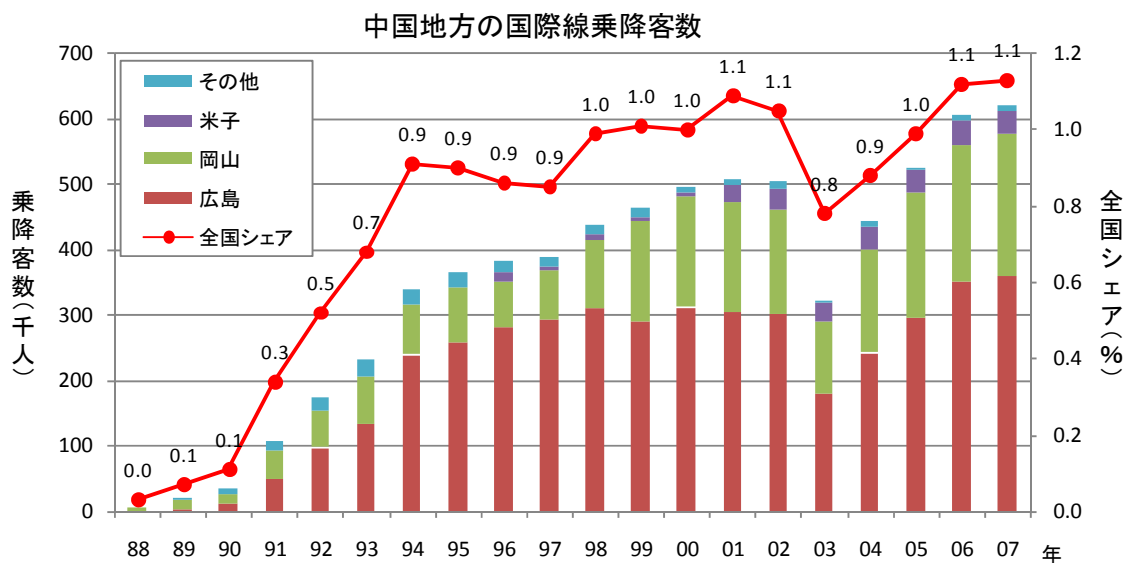
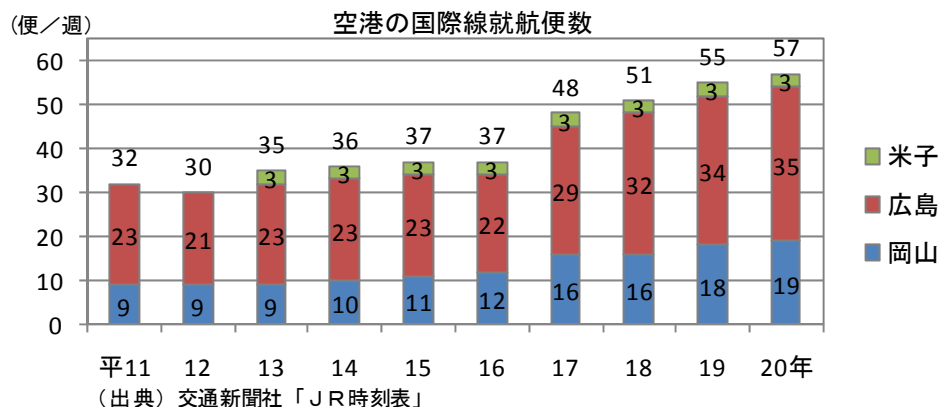
## 2. 中国地域の国際航空路線等の状況

### 1) 国際定期便就航状況

中国地方の国際航空路線は、米子、岡山、広島 の 3 空港で合計 57 便/週が就航しており、ほとんどがソウル、北京・大連、上海などアジア方面となっている。

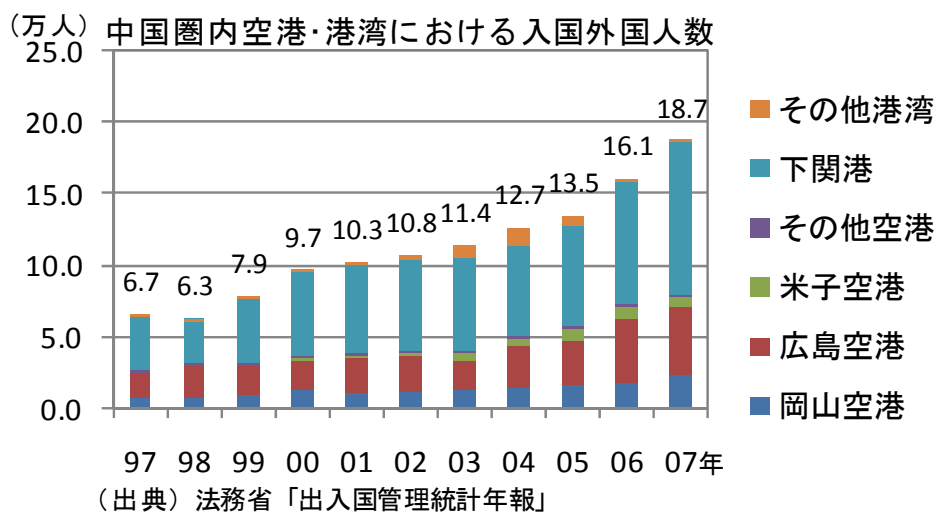
国際航空路線の乗降客数は 60 万人 (2007 年) 程度であり、全国シェアは 1.1% である。また、出入外国人数は、空港に限ると 15 万人 (2007 年) 程度、港湾を含むと 36 万人 (2007 年) 程度となっている。

	美保飛行場 (米子空港)	岡山空港	広島空港	下関港	境港
路線及び便数 (国際定期便)	ソウル 3便/週	ソウル 7便/週 上海 7便/週 グアム 2便/週 北京・大連 3便/週	ソウル 7便/週 北京・大連 7便/週 大連 4便/週 上海 7便/週 台北 7便/週 バンコク 2便/週 グアム 2便/週	釜山 7便/週 青島 2便/週 蘇州(太倉) 1便/週	東海 2便/週 (うち1便/週はウラジオストク～東海～境港)



## 2) 外国人入国者数

中国地方内の空港・港湾における入国外国人数は、2007年で年間18.7万人となり、年々増加傾向にある。内訳を見ると、下関港が約10.6万人と最も多く、ついで広島空港が約4.8万人、岡山空港が約2.4万人となっている。





### Ⅲ 中国地域における外国人観光客の実態・ニーズ把握

#### 1. 調査企画

##### 1) 調査主旨

外国人観光客の中国地方への誘客や中国地方内での周遊の可能性を検討するため、中国地方を訪れる外国人観光客を対象に、日本国内での旅行動向や観光情報入手の実態、及び外国人観光客の興味などの把握を目的としたアンケート調査を行った。また、中国地方在住の外国人のニーズについて把握するため、米軍岩国基地在外国人（アメリカ人）のニーズについて補足的にヒアリング調査を行った。

統計的に、中国地方を訪れる外国人観光客は全国に比べて欧・米・豪（欧米系）の旅行者の割合が多いことから、個人旅行志向が強い欧米系の旅行者を対象として、情報提供による周遊促進を図る観点で、欧米系旅行者をターゲットとした旅行実態・ニーズを把握することとした。

##### 2) 調査概要

###### 広島平和記念資料館における外国人観光客動向アンケート調査

中国地方で最も外国人観光客の多い広島県の代表的訪問地である広島平和記念資料館において、施設を訪れた外国人観光客を対象に、以下のような項目についてのアンケート調査を行った。調査は、広島平和記念資料館ロビー（出口付近）において、資料館の来場者に対してアンケート票（英語版のみ）を配布し、その場で記入頂き、930件の回答を得た。

###### [調査項目]

- ・旅行目的、旅行形態、全体の旅程、中国地域内での旅程
- ・情報入手手段・場所（雑誌、旅行会社の情報、WEB、友人等からの情報等）
- ・旅行日程の確定具合（予定外行動の可能性）
- ・中国地域内の観光地への関心
- ・必要な観光情報手段（雑誌、WEB等）



###### バックパッカー向け宿泊施設における外国人観光客動向アンケート調査

外国人観光客の中でも、旅行日数が長く、旅程を事前に確定していない旅行者が多いバックパッカーを対象として、広島平和記念資料館アンケート調査と同様の項目についてアンケート調査を行った。調査は、バックパッカー向けの宿である「バックパッカーズ宮島」の宿泊者を対象に、チェックイン時にアンケート票を配布、チェックアウト時に回収し、62件の回答を得た。



###### 在日米国人ニーズヒアリング調査

米国海兵隊岩国航空基地内の旅行サービス部門担当者（日本人）に対するヒアリングを行い、日本在住の米国人のニーズを把握した。

## 2. 外国人観光客動向アンケート結果（広島平和記念資料館）

### 1) 調査概要

実施日：平成21年8月21日（金）～23日（日）、11月6日（金）～8日（日）

実施手法：広島市及び財団法人広島観光コンベンションビューローの協力のもと、広島平和記念資料館ロビー（出口付近）において、資料館の来場者に対してアンケート票を配布し、その場で記入頂き、回収を行った。アンケート票は英語版のみであり、英語にてアンケート協力を呼びかけた。（※同時に日本人来場者に対するアンケートを広島市が実施している）



回収数：930人

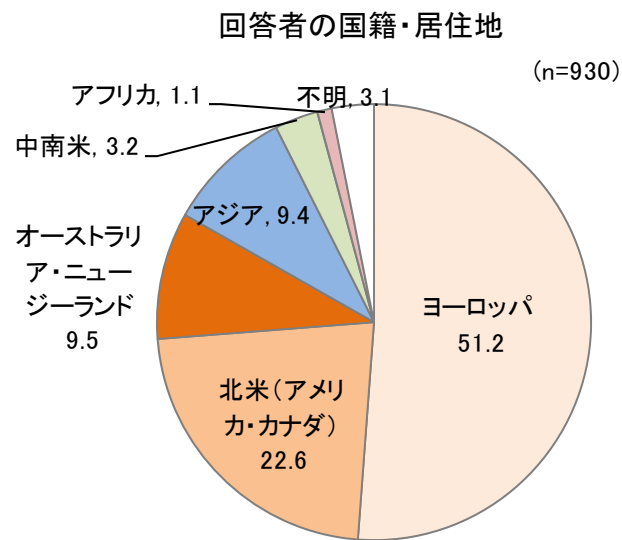
実施日	回収数	当日の入場外国人総数	回収率
8/21（金）	154人	469人	32.8%
8/22（土）	176人	433人	40.6%
8/23（日）	160人	535人	29.9%
11/6（金）	99人	376人	26.3%
11/7（土）	188人	624人	30.1%
11/8（日）	153人	446人	34.3%
合計	930人	2,883人	32.3%

## 2) 調査結果

### (1) サンプルの属性

#### ① 国籍・居住地

回答者の国籍・居住地を見ると、ヨーロッパからの来訪者が約5割、北米が約2割、オセアニアが約1割となっている。国別に見ると、数多くの国から訪れているが、主要国はアメリカ、イタリア、スペイン、イギリス、フランス、オーストラリア等である。

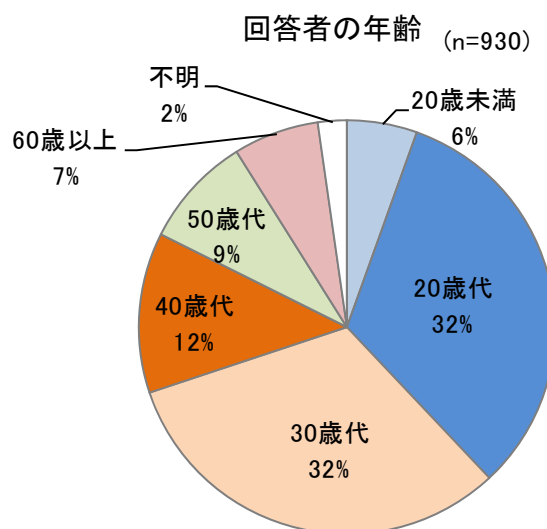
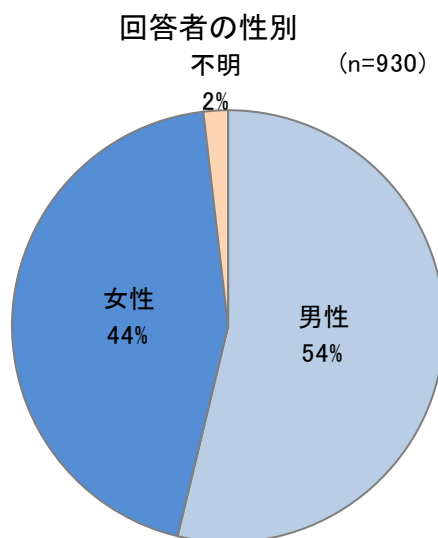


(国籍・居住地内訳)

<b>&lt;ヨーロッパ&gt;</b>		<b>476</b>	<b>&lt;北米&gt;</b>		<b>210</b>	<b>&lt;中南米&gt;</b>		<b>30</b>
イタリア		119	アメリカ		181	ブラジル		18
スペイン		105	カナダ		29	メキシコ		5
イギリス		74				アルゼンチン		3
フランス		72	<b>&lt;オセアニア&gt;</b>		<b>88</b>	チリ		1
ドイツ		35	オーストラリア		82	ウルグアイ		1
ベルギー		12	ニュージーランド		6	セントルシア		1
オランダ		10				ジャマイカ		1
スウェーデン		8	<b>&lt;アジア&gt;</b>		<b>87</b>			
スイス		7	イスラエル		11	<b>&lt;アフリカ&gt;</b>		<b>10</b>
オーストリア		6	インド		10	ケニア		1
アイルランド		6	フィリピン		9	セネガル		1
ノルウェー		3	スリランカ		8	タンザニア		3
ロシア		3	タイ		7	チュニジア		3
フィンランド		3	ベトナム		6	南アフリカ		2
デンマーク		2	日本(日本在住)		6			
ポーランド		2	香港		5			
セルビア		2	中国		5			
マケドニア		2	バングラデシュ		4			
ギリシャ		1	パキスタン		2			
アンドラ		1	マレーシア		2			
ポルトガル		1	インドネシア		2			
スロベニア		1	イラン		2			
モルドバ		1	レバノン		1			
			韓国		1			
			シンガポール		1			
			ウズベキスタン		1			
			イエメン		1			
			カザフスタン		1			
			カンボジア		1			
			サウジアラビア		1			

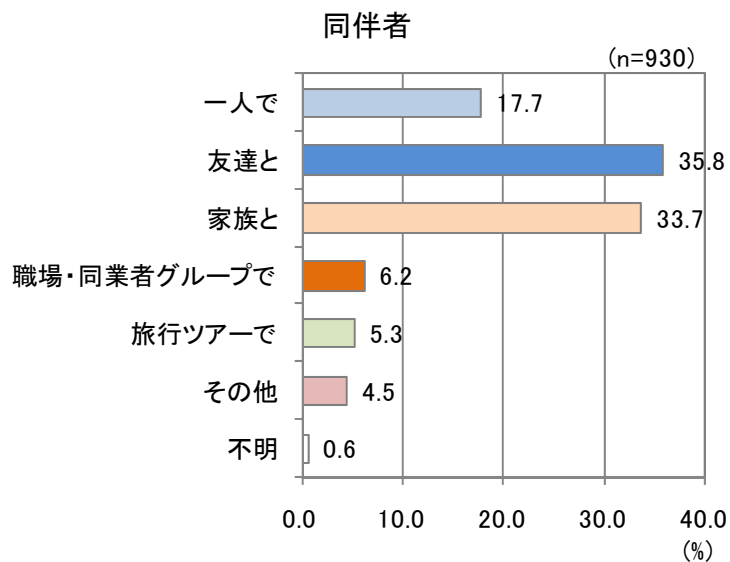
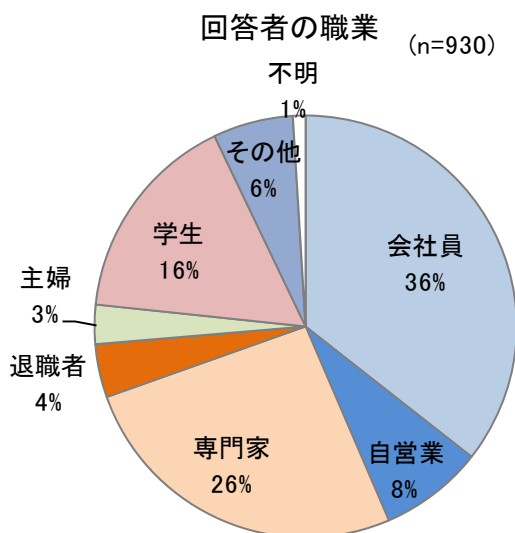
## ②性別・年齢構成

回答者の性別は、男性が若干多くなっている。また年齢構成は20歳代、30歳代の回答者が多くなっている。



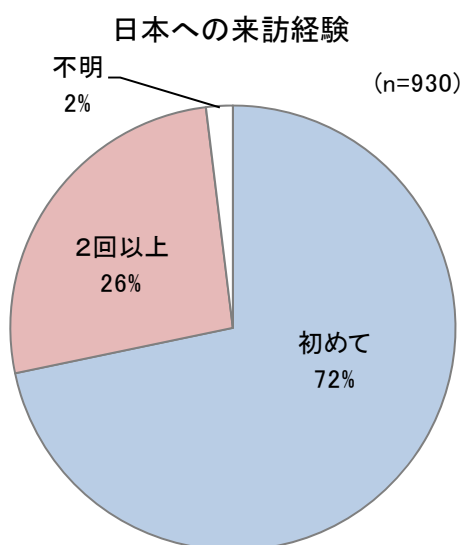
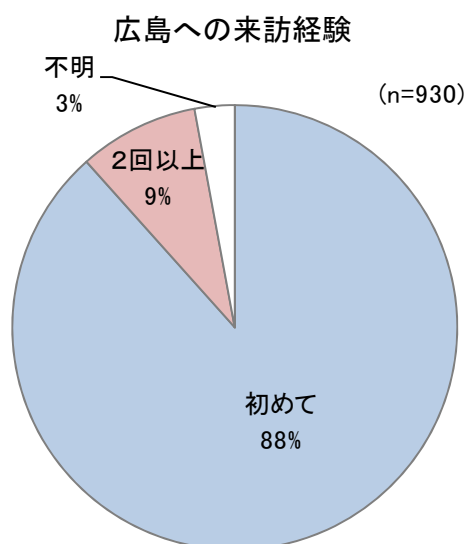
### ③職業・同伴者

回答者の職業は会社員が最も多く、次いで専門家となっており、社会人が7割、学生が2割程度、リタイア層や主婦が1割程度となっている。同伴者は友達と家族を合わせて7割程度と多く、1人での旅行は2割程度、グループ旅行やツアーは合わせて1割程度と少ない。



#### ④日本・広島への来訪経験

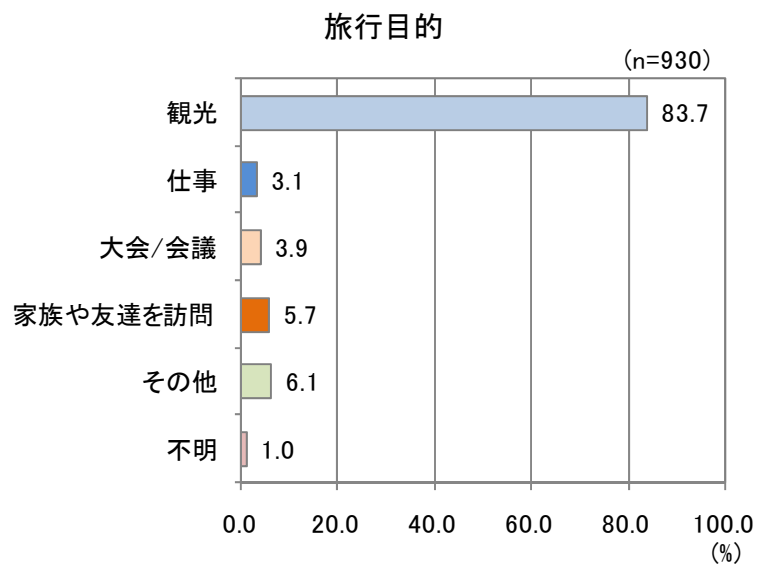
日本への来訪は初めてと回答した人が7割、広島への来訪が初めてと回答した人が9割近くと多く、リピーターは少ない。



## (2) 旅行動態

### ①旅行目的

旅行目的は観光目的がほとんどであり、8割以上を占めた。また、その他の回答としては、修学旅行や勉強のためといった回答や、クルーズでの寄港などがあった。

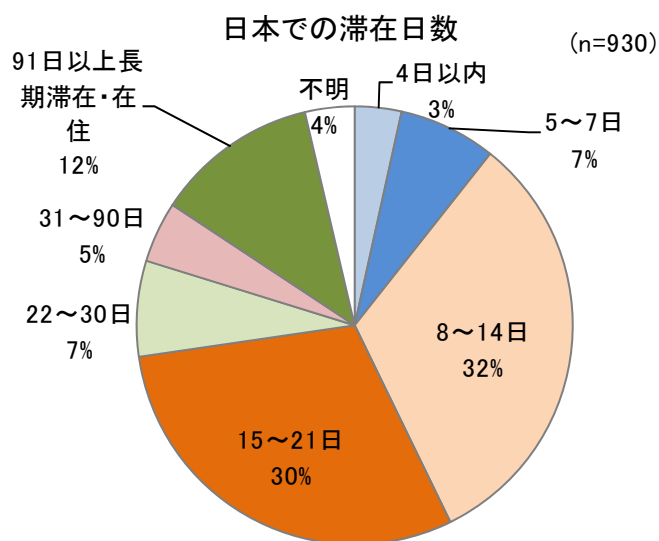




## ②日本での滞在日数

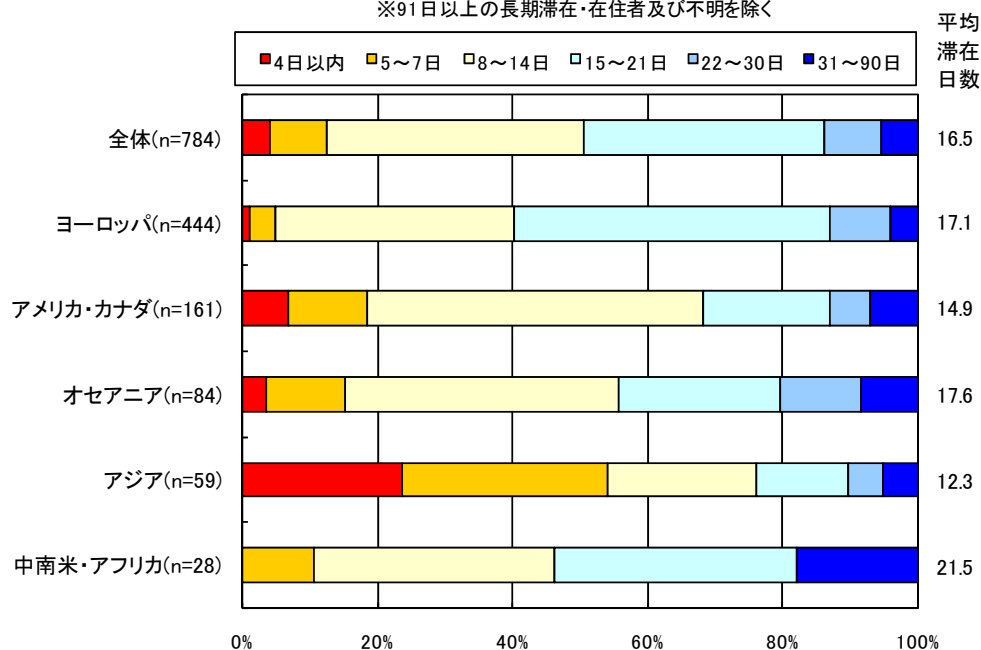
8～14日、15～21日がそれぞれ3割程度を占め、過半数の人が1～3週間の旅行をしている。また、1週間以内、3週間以上、91日以上の長期滞在及び在住者が各1割程度となっている。

また、平均滞在日数は全体平均で16.5日となっているが、居住地域別でみると、ヨーロッパ、オセアニア、中南米・アフリカが長く、アジアは短くなっている。



### 日本での滞在日数(居住地域別)

※91日以上の長期滞在・在住者及び不明を除く

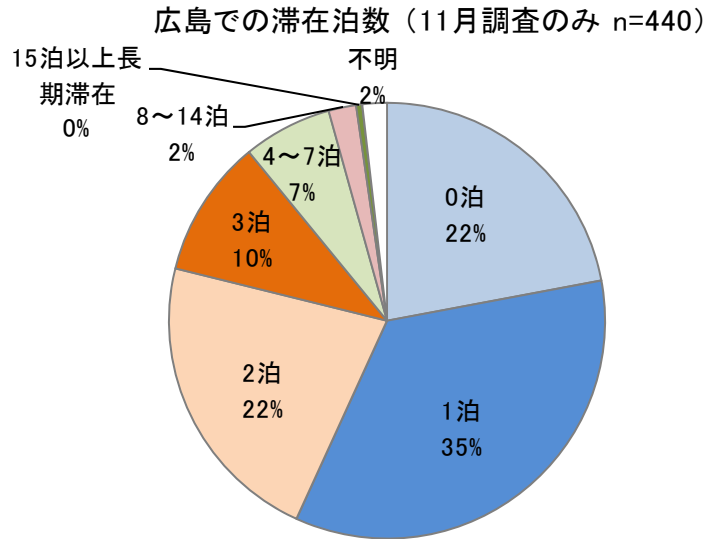


### ③広島での滞在泊数

広島での滞在日数について、8月調査において「日数」を聞いたが、「1日」という回答の場合、日帰りか宿泊しているか明確ではなかったため、11月調査において「泊数」を聞いた。

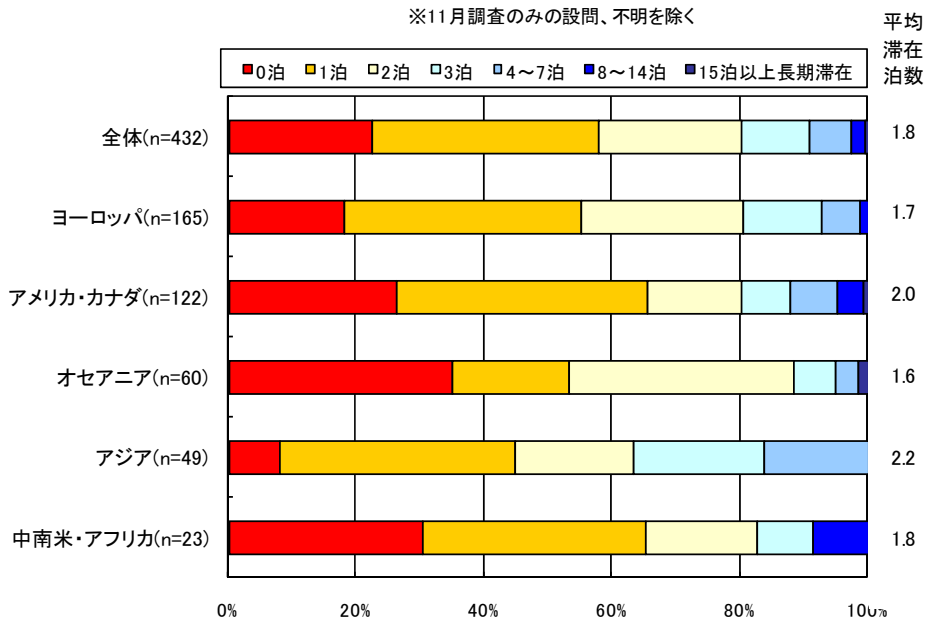
その結果、日帰り（0泊）が2割程度、1泊、2～3泊が各3割強であった。平均滞在泊数は1.8日であり、広島での滞在は短いのが現状である。周辺観光への余裕がある3泊以上は約2割であり、この層が周辺観光のターゲットとなる。

居住国別にみると、オセアニアからの旅行者は日帰りが多く、平均滞在泊数も1.6泊と短くなっている。また、アジアからの旅行者は日帰りが少なく、平均滞在泊数も2.2泊と多くなっている。



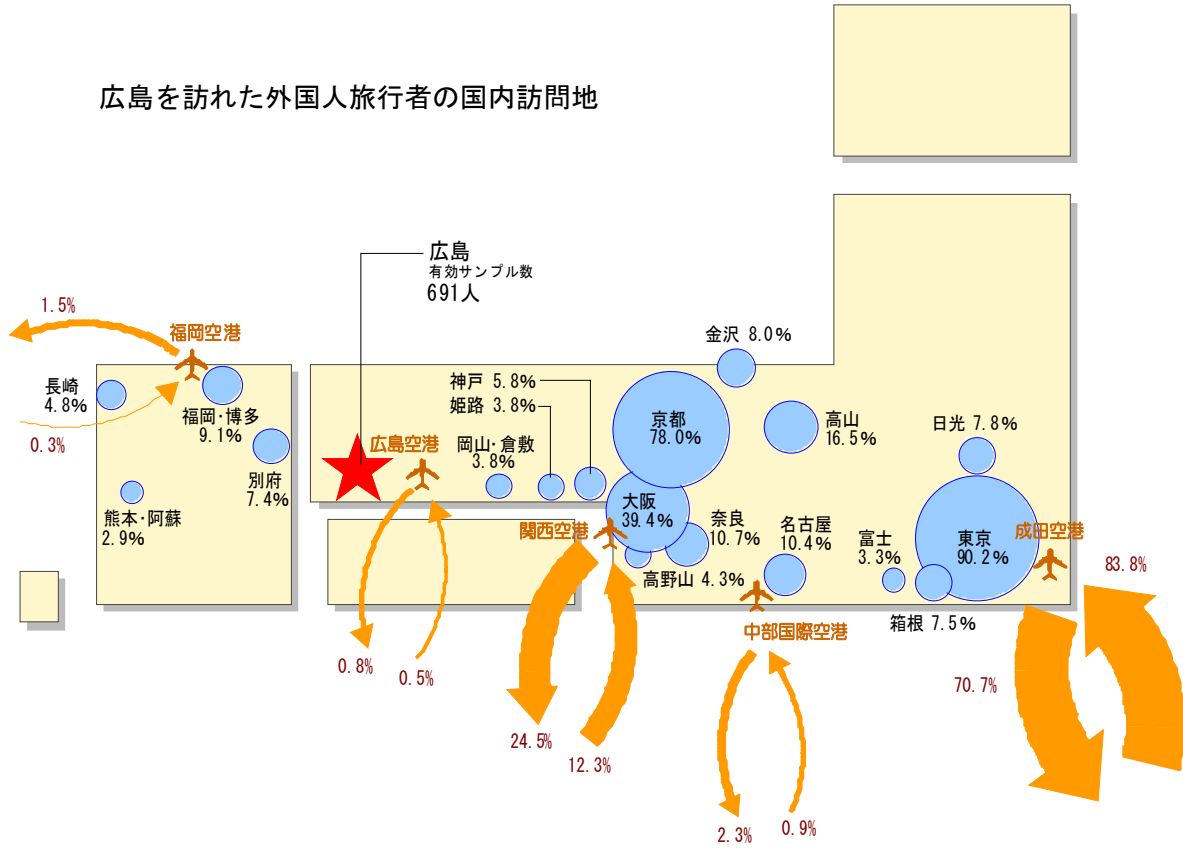
### 広島での滞在泊数（居住地域別）

※11月調査のみの設問、不明を除く



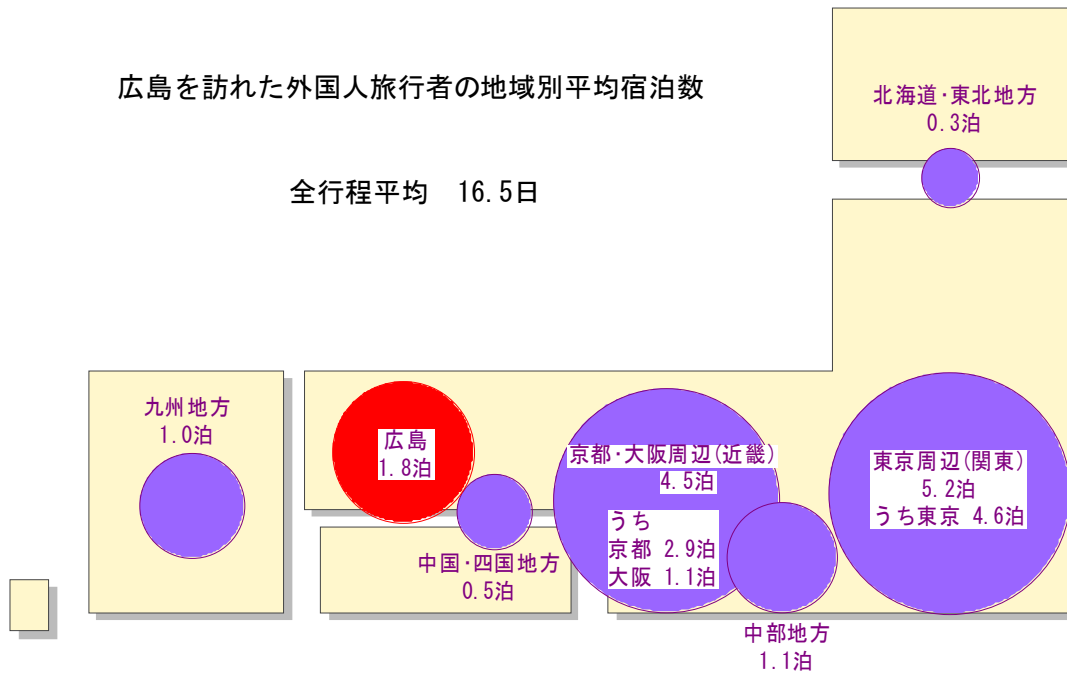
#### ④日本における訪問地

広島を訪れた旅行者の国内訪問地は、東京、京都が圧倒的に多い他、地方都市では高山・金沢、福岡・別府などが多くなっている。



#### 広島を訪れた外国人旅行者の地域別平均宿泊数

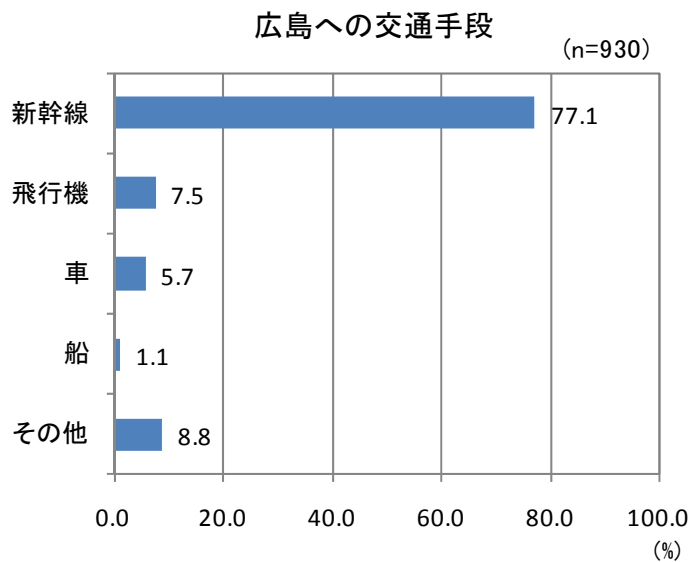
全行程平均 16.5日



### (3) 交通手段

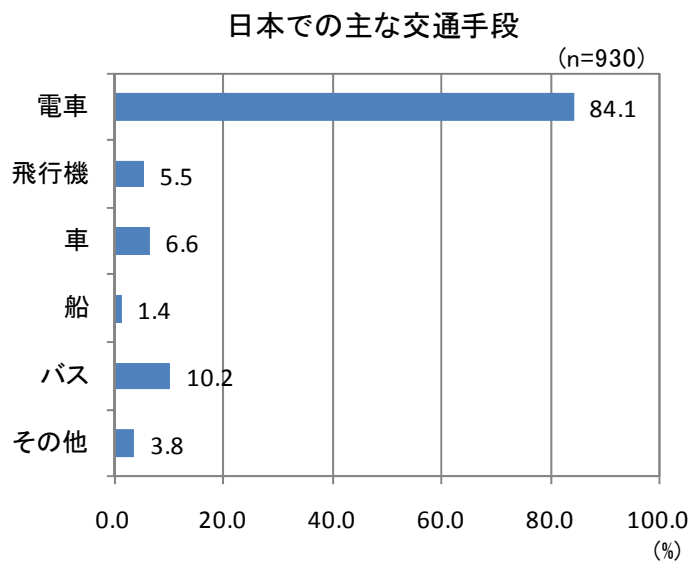
#### ① 広島への交通手段

新幹線が8割近くを占めている。その他はツアーバスなど「バス」という回答が多かった。



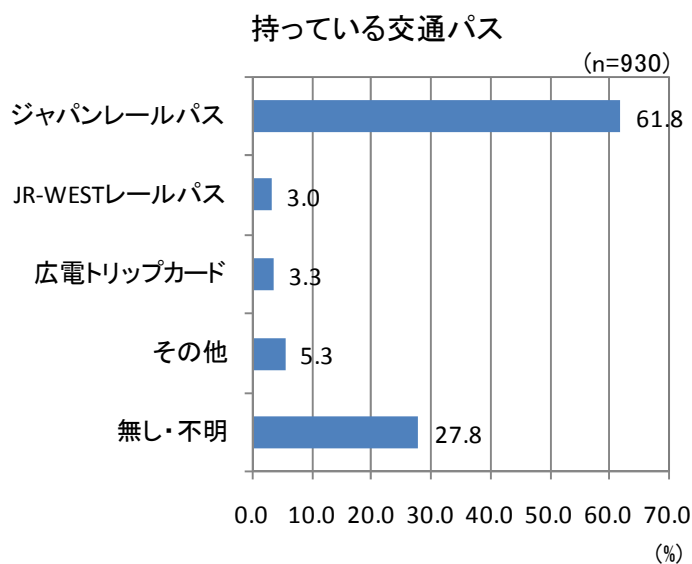
#### ② 日本での主な交通手段

電車が8割以上を占めている。バスは1割程度であった。

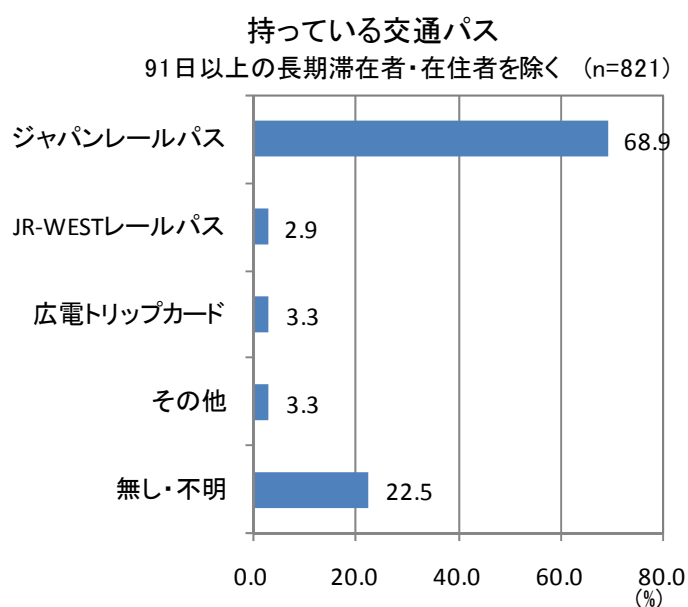


### ③交通パスの保有率

ジャパンレールパスの保有率が高く、6割以上の旅行者が持っている。また、長期滞在者・居住者を除くと、7割近くの旅行者がジャパンレールパスを持っている。ジャパンレールパスで国内を広域的かつ効率的に周遊しているのが現状である。その他の記述では、SuicaやPasmoといった交通系ICカードや、青春18切符という回答があった。



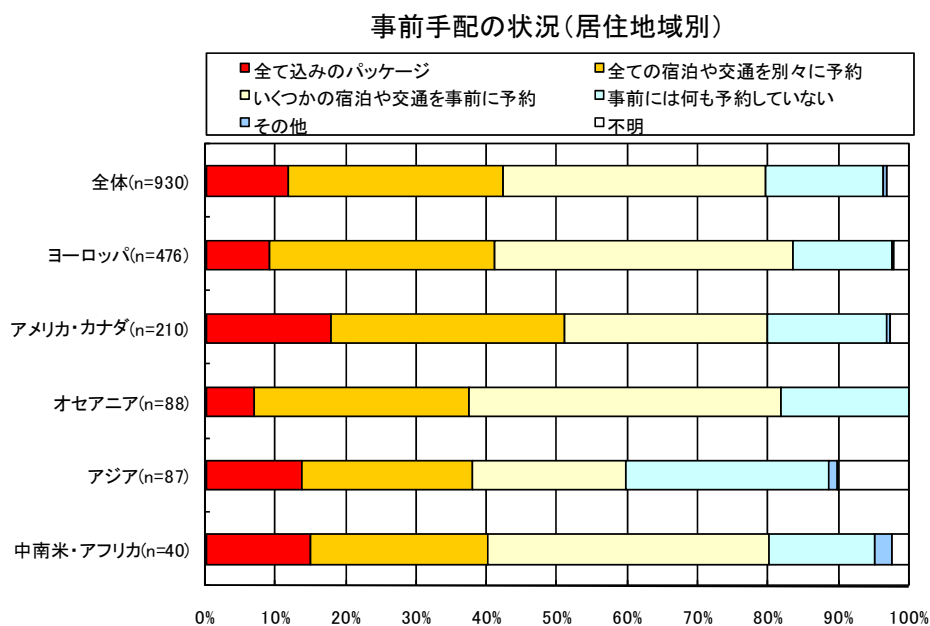
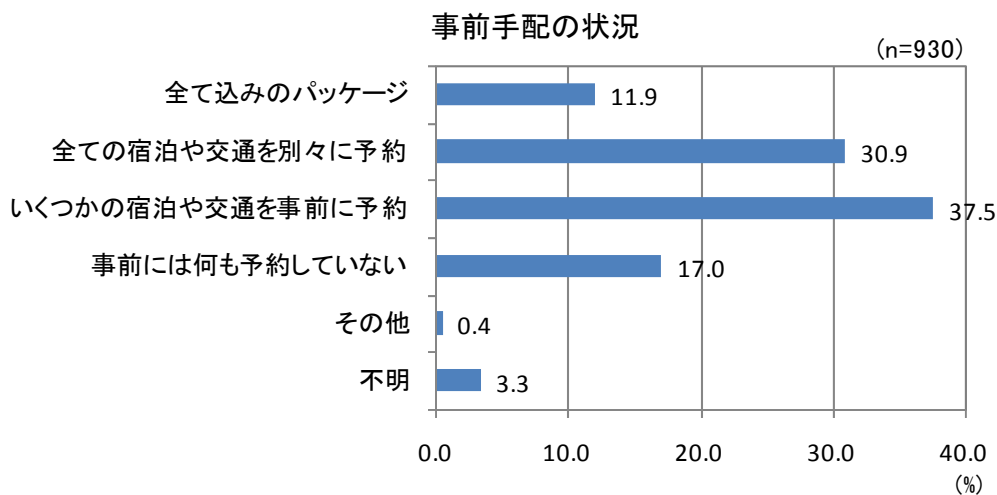
(長期滞在者・在住者を除く)



#### (4) 手配状況・情報入手状況

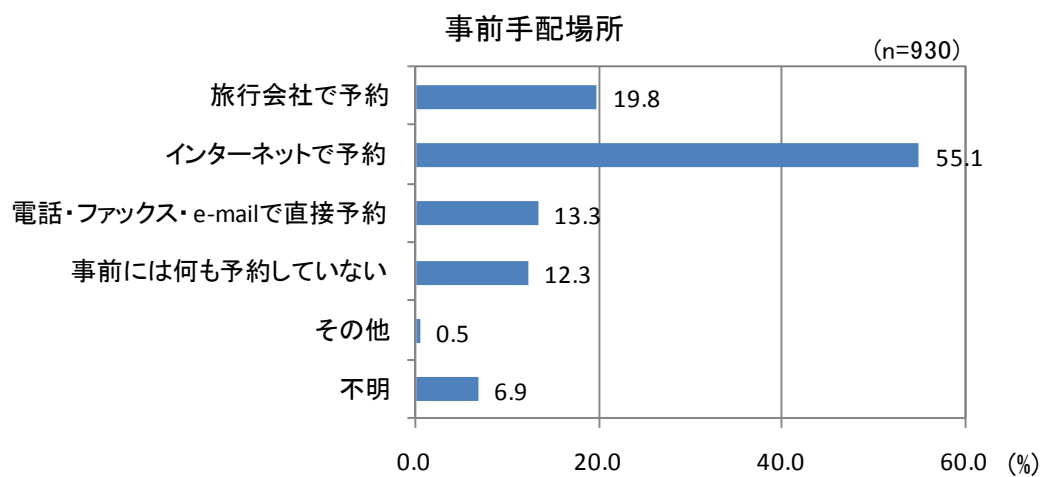
##### ①事前手配の状況

全て込みのパッケージにて旅行している人は全体の1割強程度と少なく、事前に全ての宿泊や交通を予約済の人と合わせて4割強程度となっている。また、事前には何も予約していない人は2割弱となっており、部分的な予約を含めると約5割強の人が日本での観光行動に柔軟性を持っている。



## ②事前手配の場所

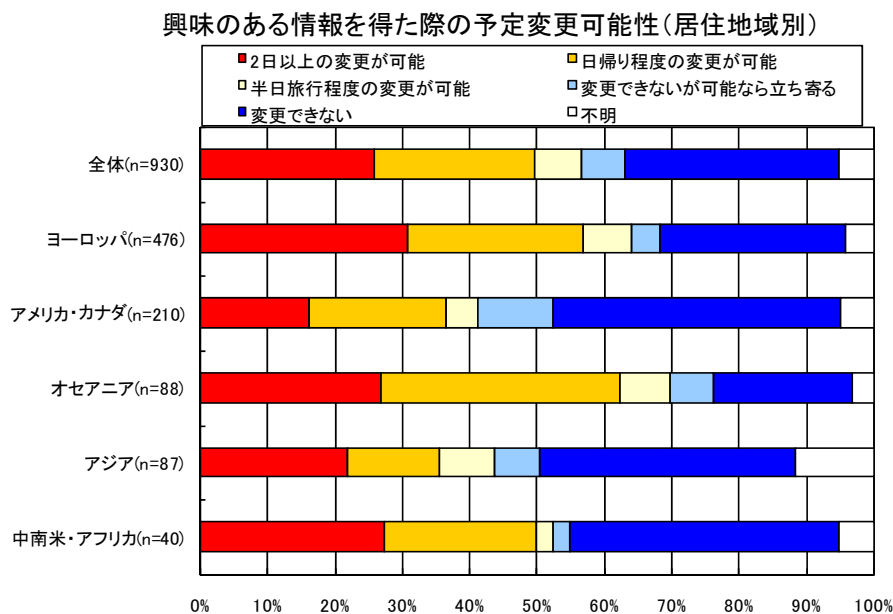
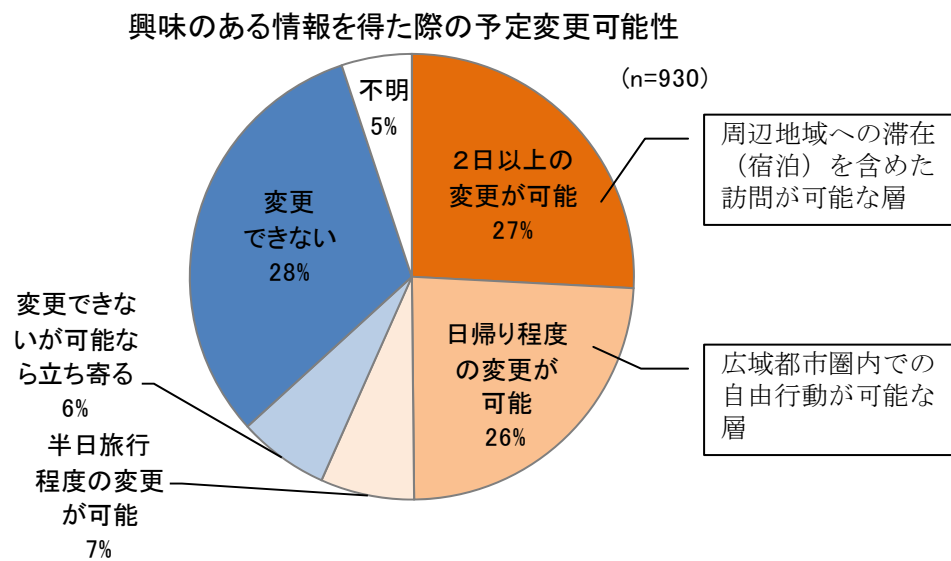
インターネット経由で手配している人が過半数に上っている。旅行会社利用が2割程度、直接予約が1割強程度となっている。



### ③ 予定変更の可能性

興味のある情報を現地で得た場合に、予定を変更できるか聞いたところ、宿泊予定の変更を含む2日以上の変更が可能と回答した人は27%であった。また、日帰り、半日程度の変更が可能と回答した人が33%程度であり、予定を変更できる人は全体の過半数となっている。全く予定を変更できない人は28%となっている。

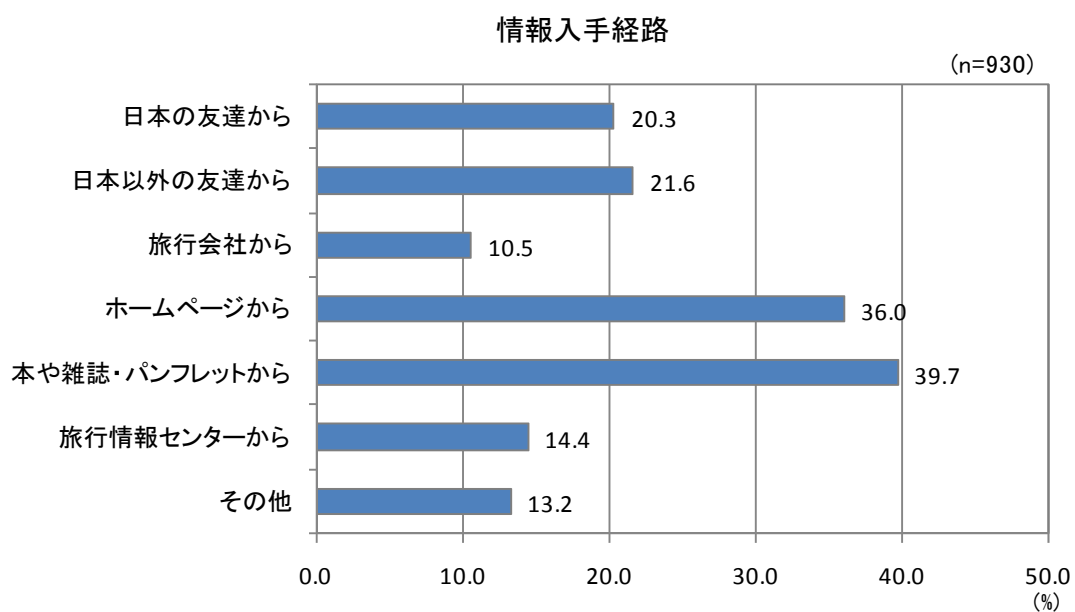
居住地域別にみると、北米（アメリカ・カナダ）からの旅行者は予定を確定して来ている場合が多く、ヨーロッパやオセアニアからの旅行者は旅程変更が可能なが多くなっている。





#### ④情報入手経路

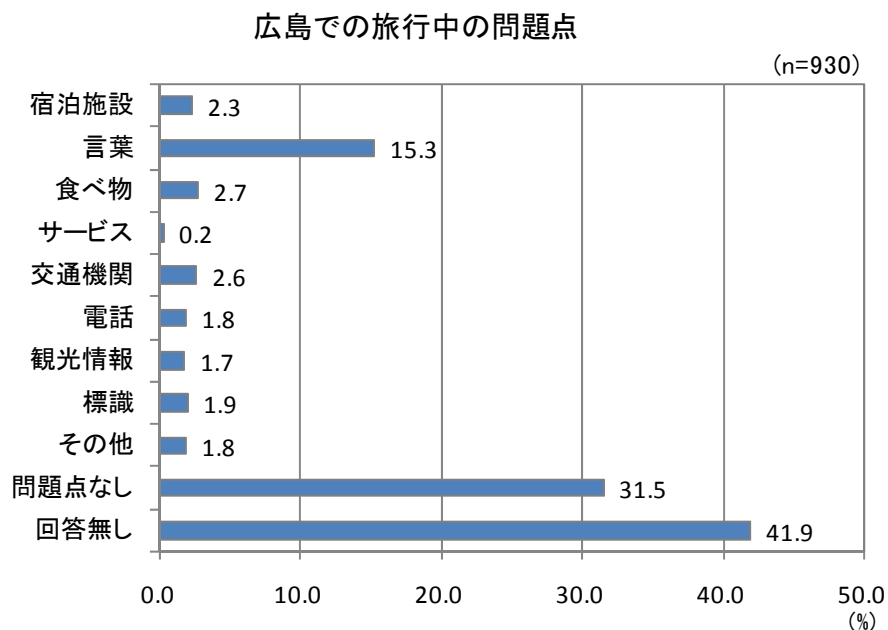
旅行情報の入手経路は、口コミ、本、ホームページが3大情報源となっている。「本や雑誌・パンフレットから」の具体的な書籍名では「Lonely Planet JAPAN」が多く挙げられている。また、ホームページの具体的なサイト名では「wikitravel.org」、「japan-guide.com」、「lonelyplanet.com」、「japan tourist info (JNTO)」などが挙げられている。



(5) 広島での旅行の問題点・ニーズ

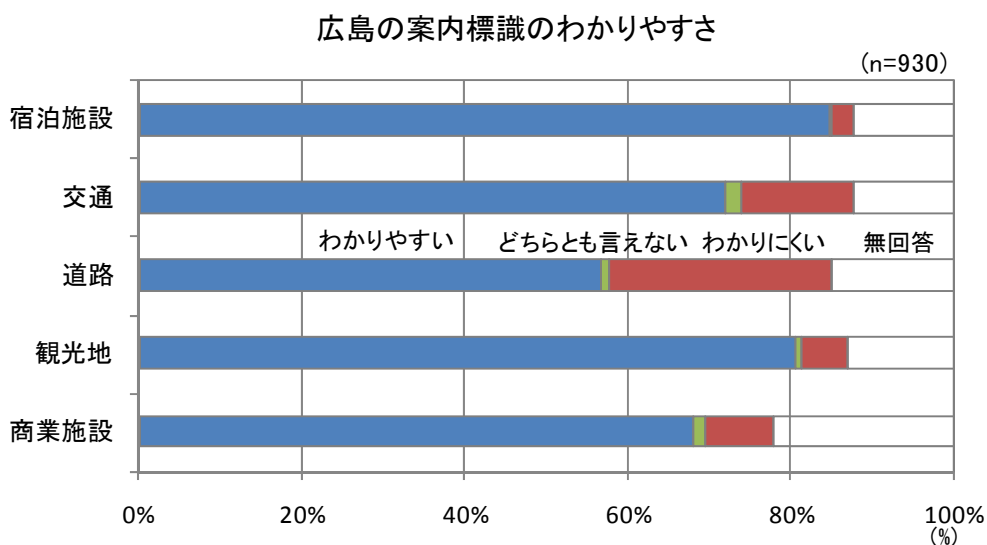
① 広島での旅行中の問題点

広島での滞在時間が短いため、問題点無しや回答無しが多いが、挙げられた問題点の中では言葉の問題が多くなっている。



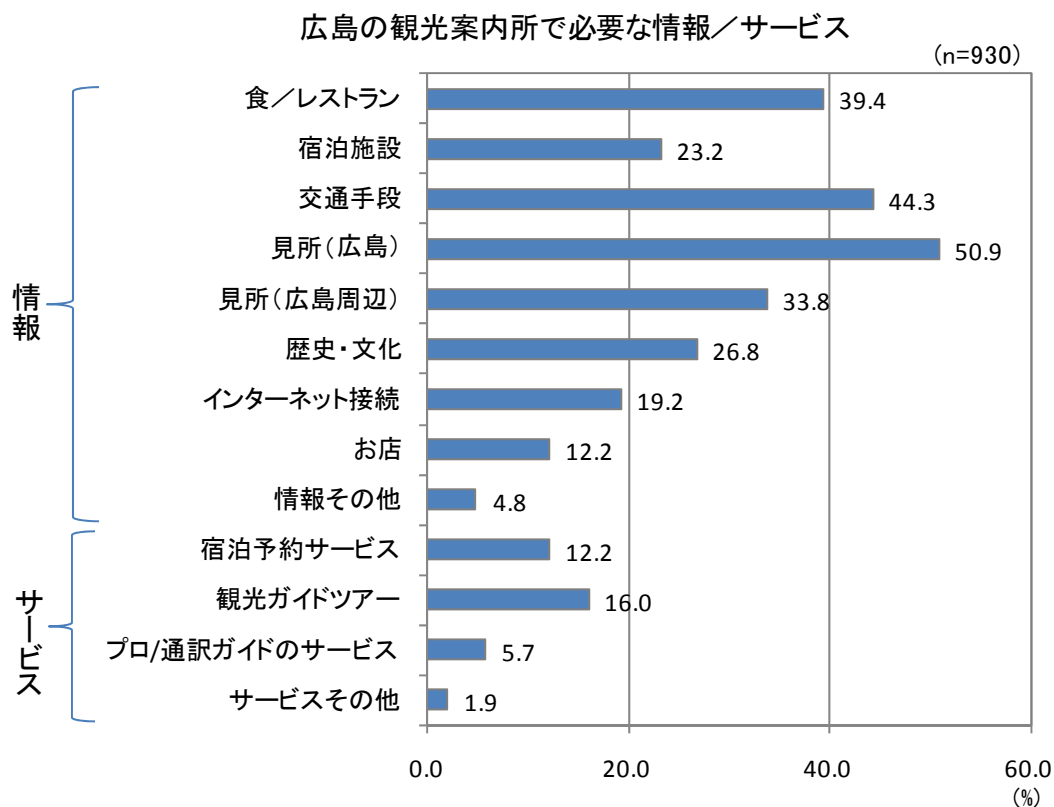
② 広島のご案内（案内標識）の分かりやすさ

上記と同じく、広島での滞在時間が短いため、特に案内についての不便を感じていない。しかし、その中でも「わかりにくい」の割合が多かったのは「道路」についてであった。



### ③広島県の観光案内所で必要な情報・サービス

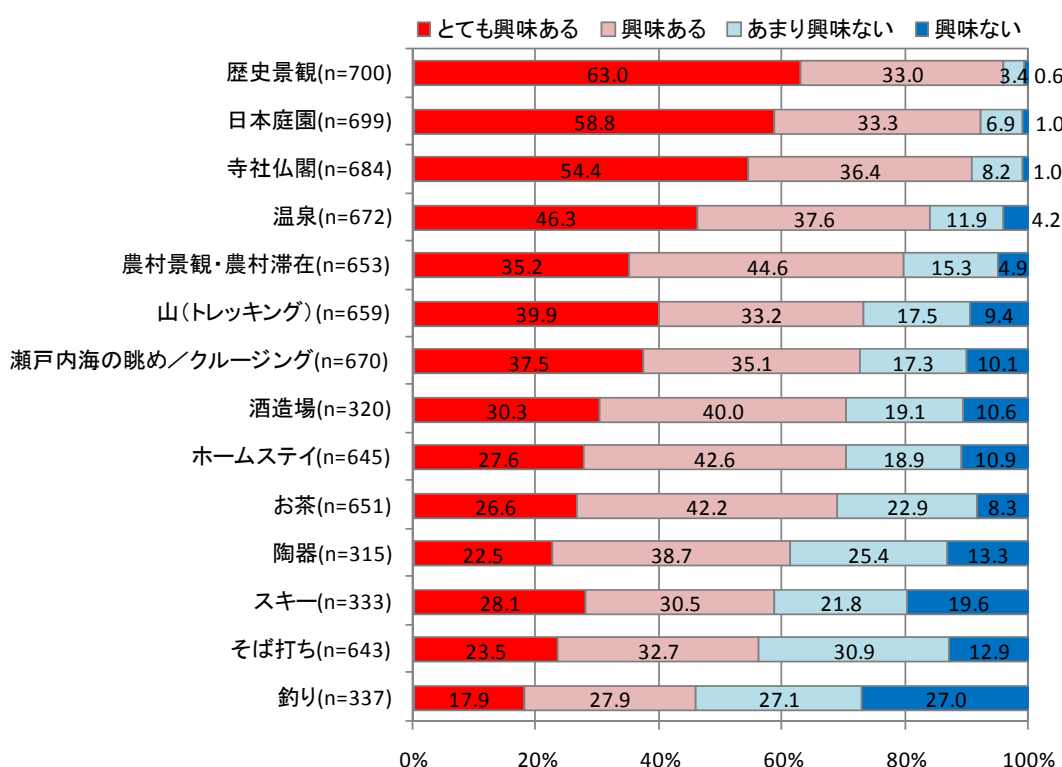
広島県の観光案内所で必要な情報としては、広島の見所や交通手段が多く、次いで食やレストランについてのニーズが高かった。必要なサービスとしては観光ガイドツアーのニーズが若干高いものの、情報の必要性に比べると低い値となっている。また、宿泊施設の情報や宿泊予約サービスなどのニーズが他よりも低くなっている。



#### ④広島周辺で行ってみたい場所、やってみたいこと

広島周辺で行ってみたい場所、やってみたいことについて、アンケート用紙に写真付きで聞いた。結果をみると、「歴史景観」、「日本庭園」、「寺社仏閣」という日本文化を感じるものへのニーズが9割以上と非常に高くなっている。高山や金沢の訪問率が高いこととも合致する傾向であり、地方での日本文化がセールスポイントとなる。また、「農村景観・農村滞在」、「山（トレッキング）」、「瀬戸内海の眺め／クルージング」といった体験型へのニーズも7割以上と高くなっている。

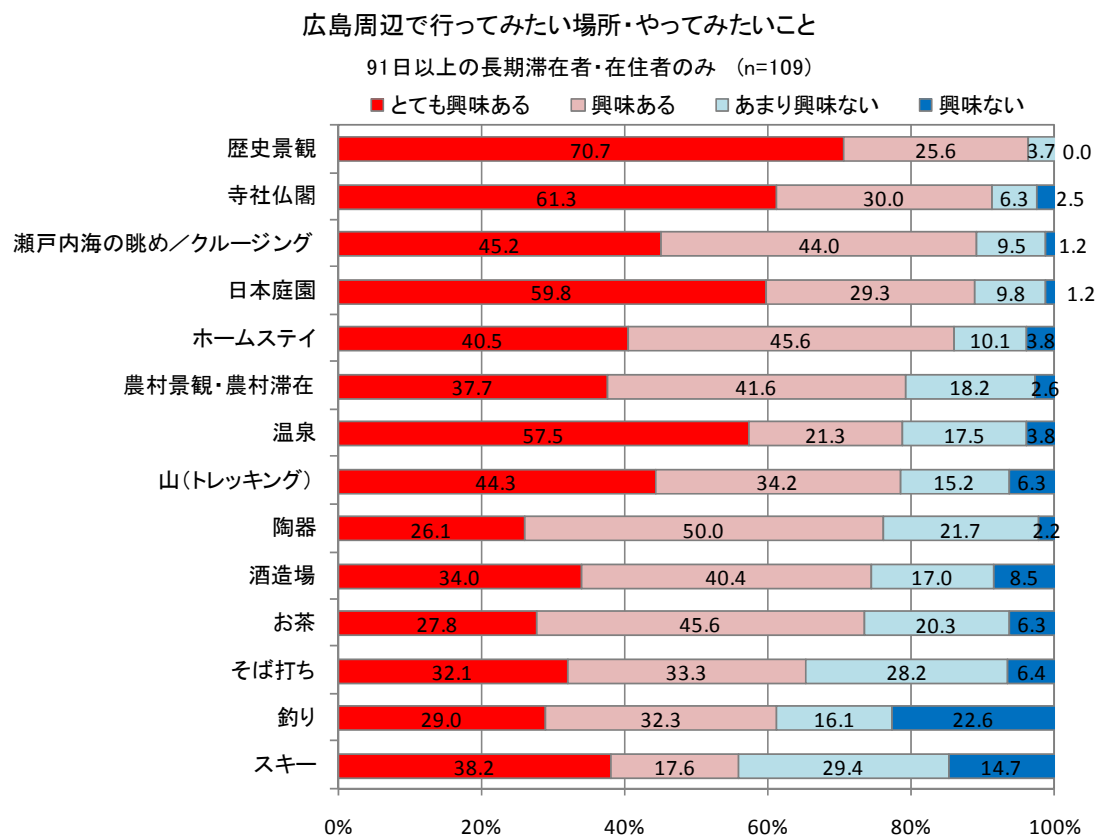
広島周辺で行ってみたい場所・やってみたいこと



※「スキー」「釣り」は8月調査のみ、「酒造場」「陶器」は11月調査のみの設問

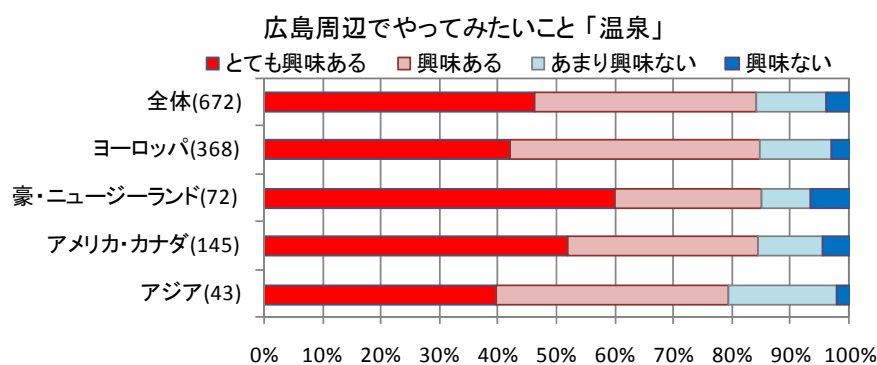
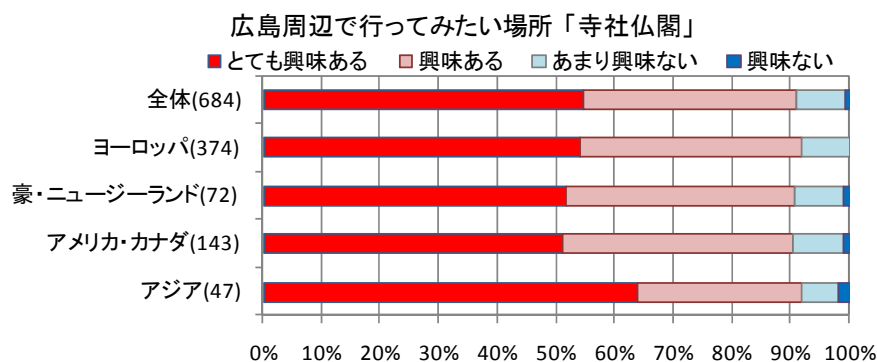
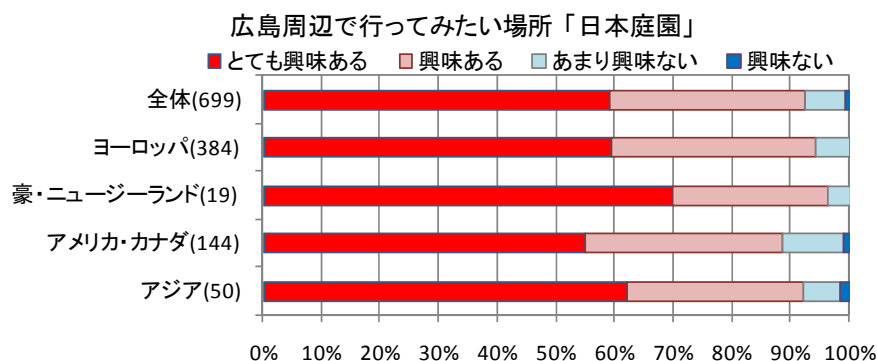
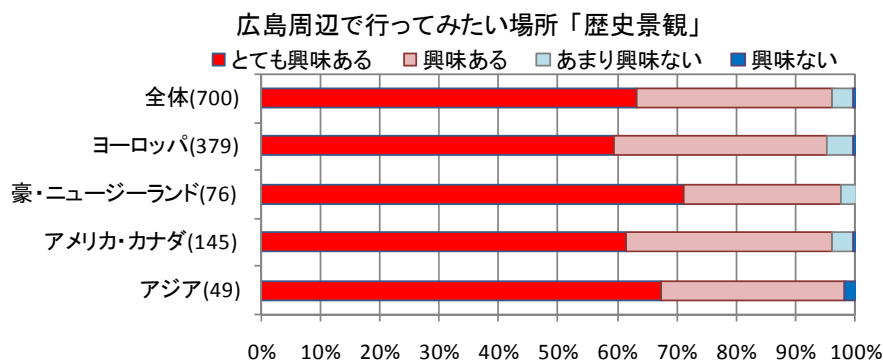
(長期滞在者・在住者のみ)

91日以上の長期滞在者・在住者のみに絞ってみると、「瀬戸内海の眺め／クルージング」や「ホームステイ」といった項目が9割程度と高くなっており、潜在的なニーズが高いといえる。

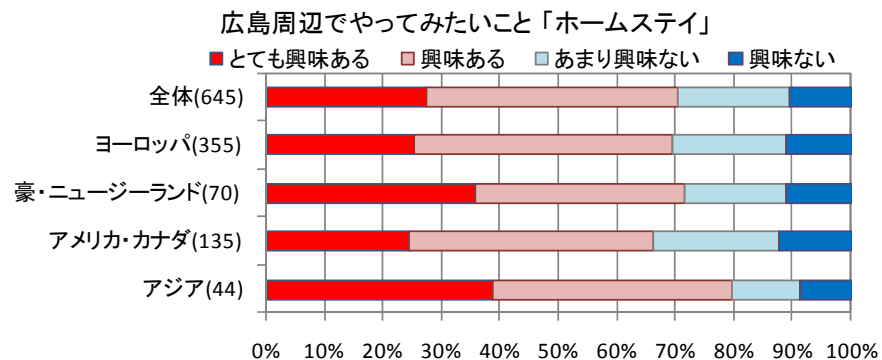
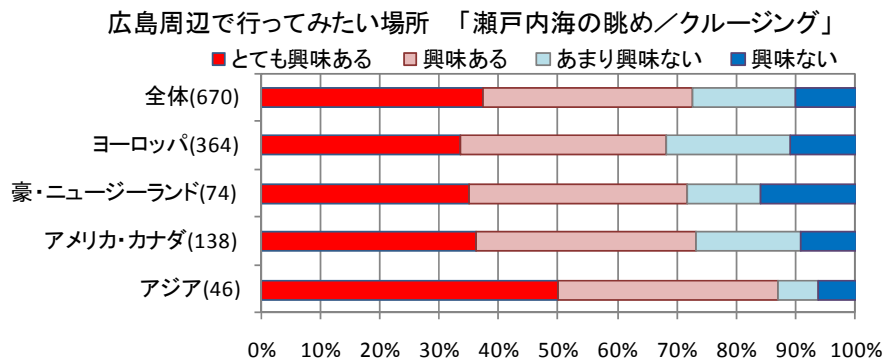
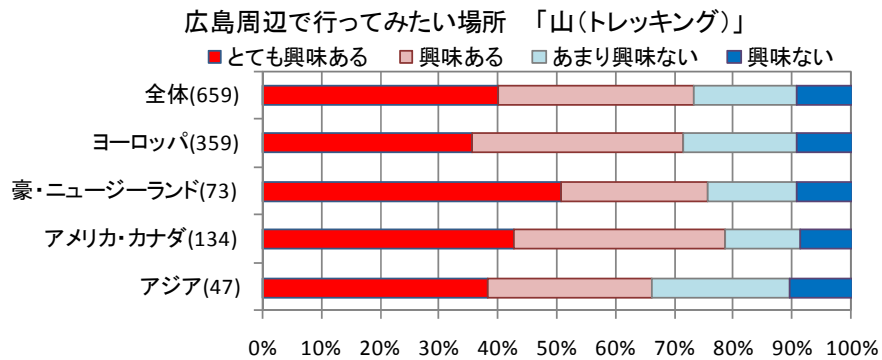
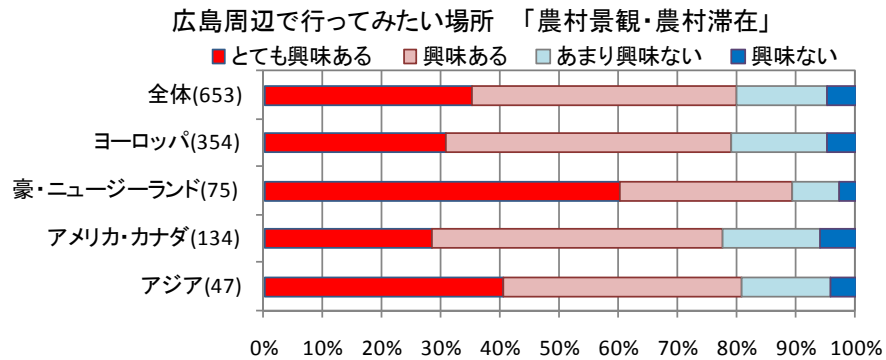


(居住地域別分析)

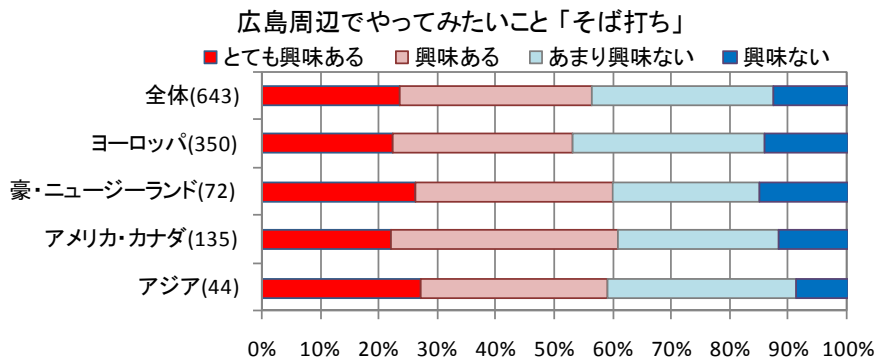
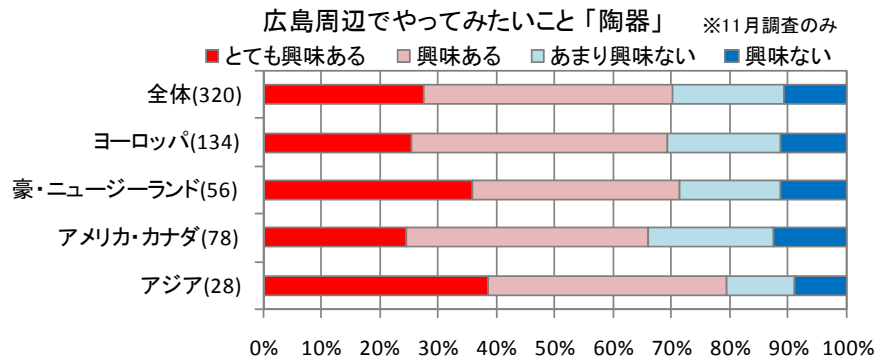
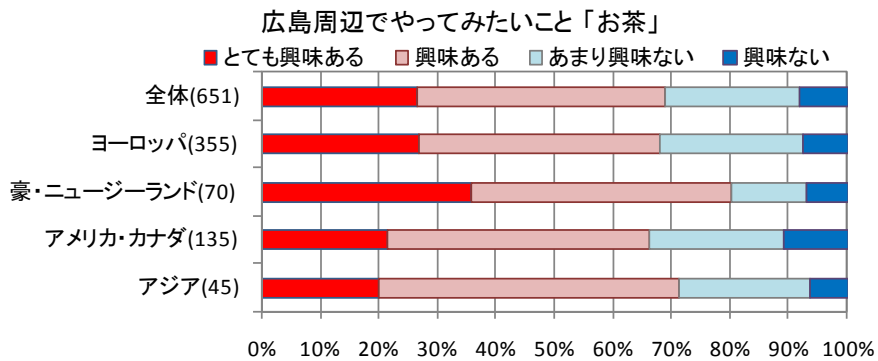
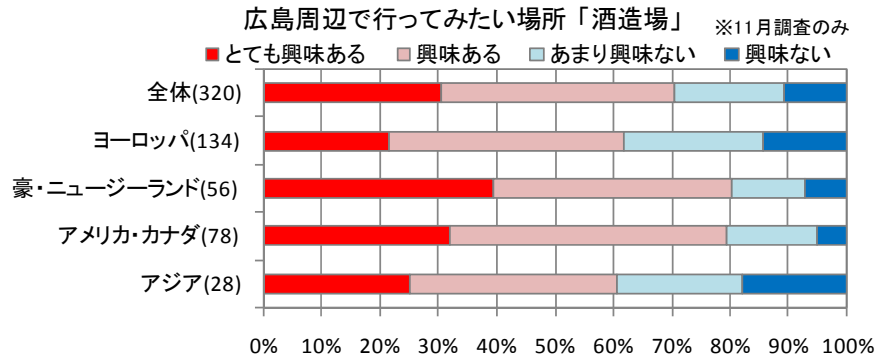
全体で上位4位までの日本文化に由来するものについては、居住地域別に大きな差はないが、オセアニア（オーストラリア・ニュージーランド）やアジアからの旅行者の歴史景観や日本庭園に対するニーズが若干高くなっている。



農村景観・農村滞在、山（トレッキング）についてはオセアニアからの旅行者のニーズが高くなっている。また、瀬戸内海の眺め／クルージングやホームステイについてはアジアからの旅行者のニーズが若干高い。

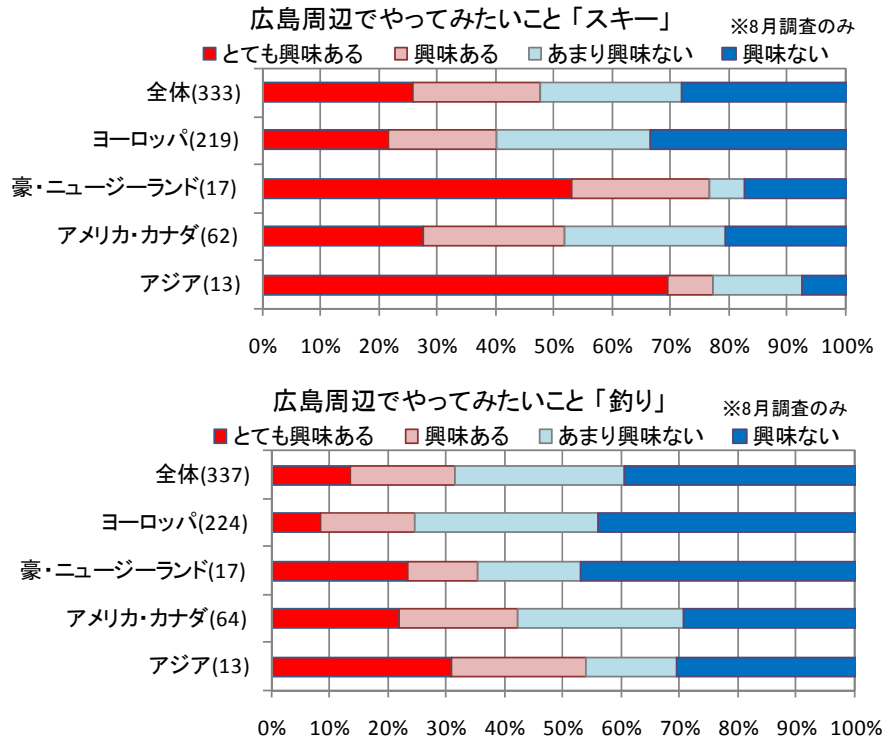


酒造り、お茶体験、陶器、そば打ちなど日本文化の体験について、オセアニアからの旅行者のニーズが若干高くなっている。また、陶器についてはアジアからの旅行者のニーズが若干高い。





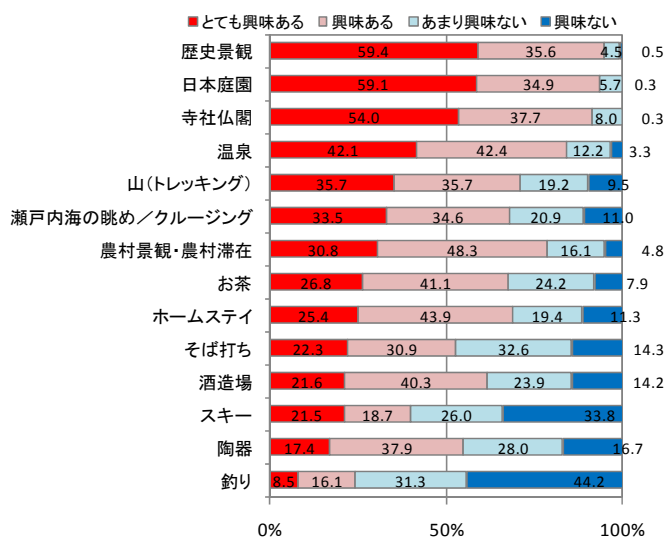
スキーについては、アジアやオセアニアからの旅行者のニーズが高い。釣りについては総じてニーズは低い傾向にある中で、アジアからの旅行者のニーズが若干高い。



(参考) 居住地域別ニーズ

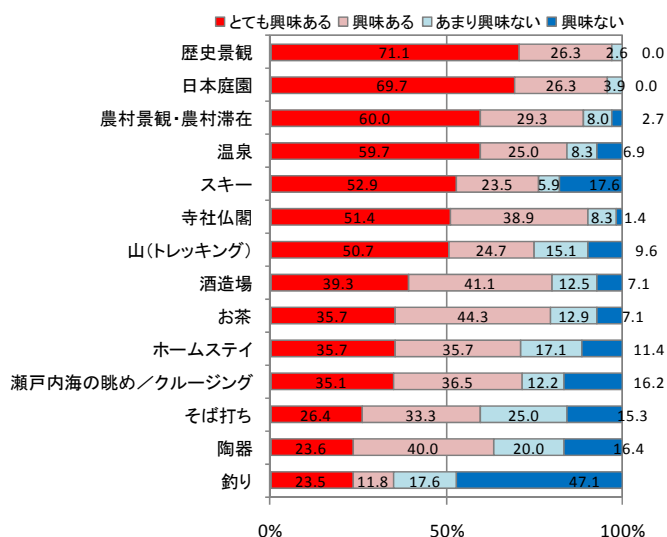
※「とても興味がある」の割合が高い順に表示

広島周辺で行ってみたい場所・やってみたいこと(ヨーロッパ, n=476)



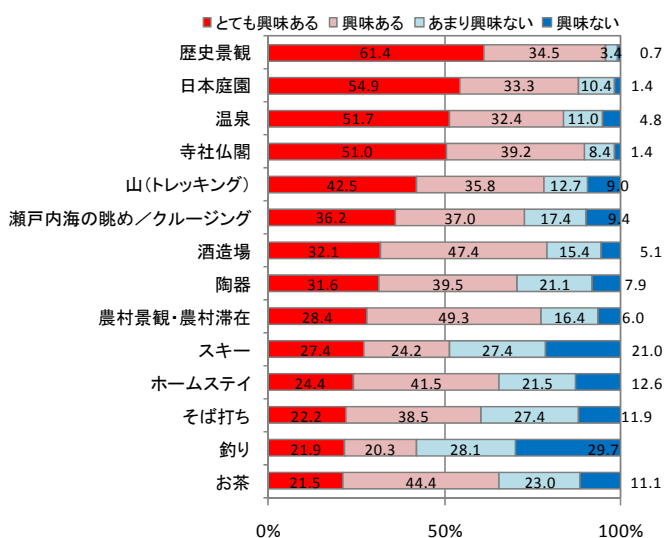
※「スキー」・「釣り」は8月調査のみ、「酒造場」・「陶器」は11月調査のみの設問

広島周辺で行ってみたい場所・やってみたいこと(オセアニア, n=88)



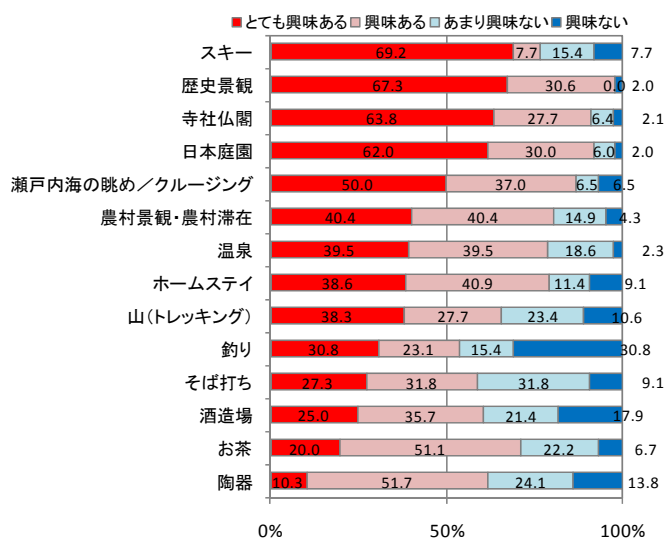
※「スキー」・「釣り」は8月調査のみ、「酒造場」・「陶器」は11月調査のみの設問

広島周辺で行ってみたい場所・やってみたいこと(北米, n=210)



※「スキー」・「釣り」は8月調査のみ、「酒造場」・「陶器」は11月調査のみの設問

広島周辺で行ってみたい場所・やってみたいこと(アジア, n=87)



※「スキー」・「釣り」は8月調査のみ、「酒造場」・「陶器」は11月調査のみの設問

### 3. 外国人観光客動向アンケート結果（バックパッカー向け宿泊施設）

#### 1) 調査概要

実施日 : 平成 21 年 9 月～11 月

対象施設 : バックパッカーズ宮島

調査目的 : 旅程を事前に確定していない旅行者が多いバックパッカーを対象としたアンケートを実施し、広島平和記念資料館におけるアンケート結果との比較から、バックパッカー特有の動態とニーズを把握する。

実施手法 : バックパッカー向けの宿である「バックパッカーズ宮島」の宿泊者を対象に、チェックイン時にアンケート票を配布し、チェックアウト時に回収した。

回収数 : 62 人



バックパッカーズ宮島外観写真



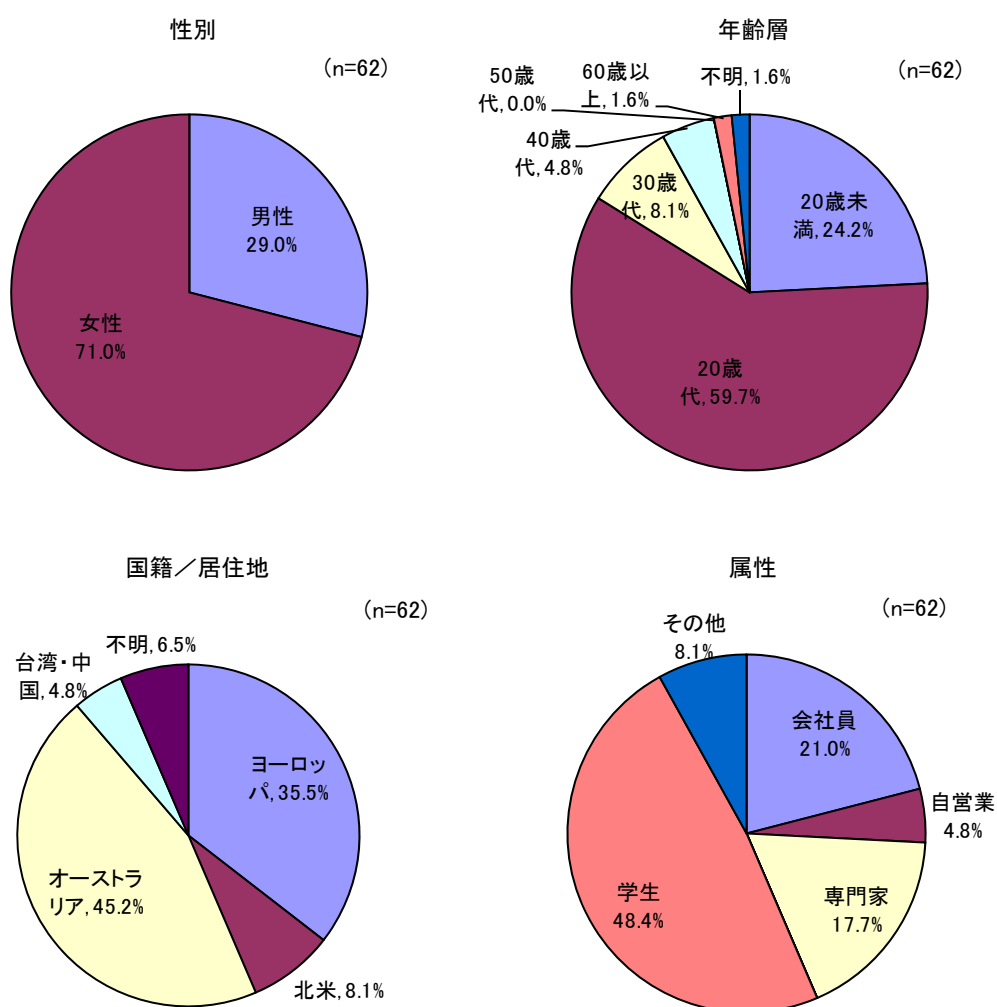
バックパッカーズ宮島位置図

## 2) 調査結果

### (1) サンプルの属性

回答者の性別は女性が7割となっている。年齢層は20代が多く、20歳未満と合わせて8割以上となっている。国籍・居住地を見ると、欧米系が8割となっている。また、約半数を学生が占めている。

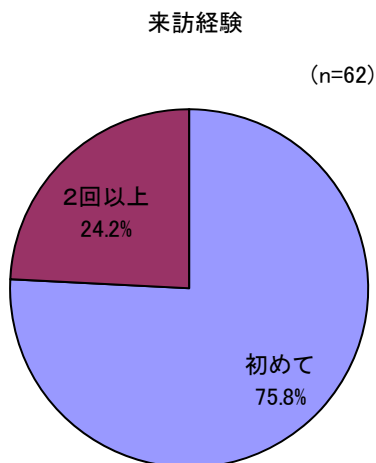
なお、62名の回答者のうち、13名(21%)はオーストラリアからの学生の修学旅行(12名が20歳未満、1名が引率の先生(60歳以上))が含まれている。



## (2) 旅行動態

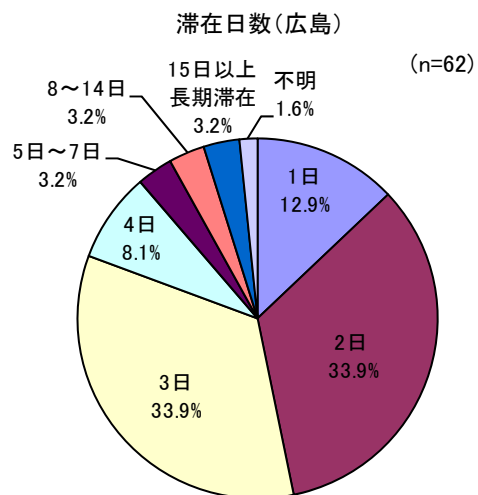
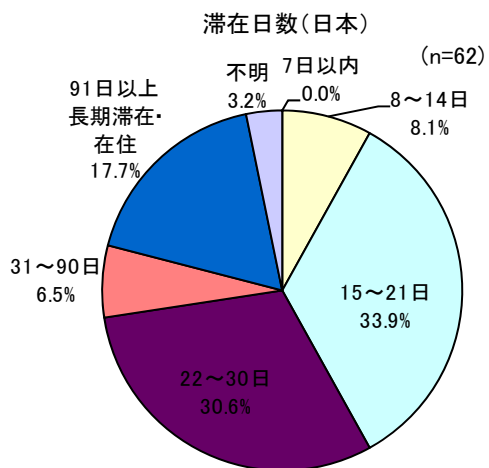
### ① 訪日経験

日本がはじめての旅行者は3/4となっている。



### ② 滞在日数

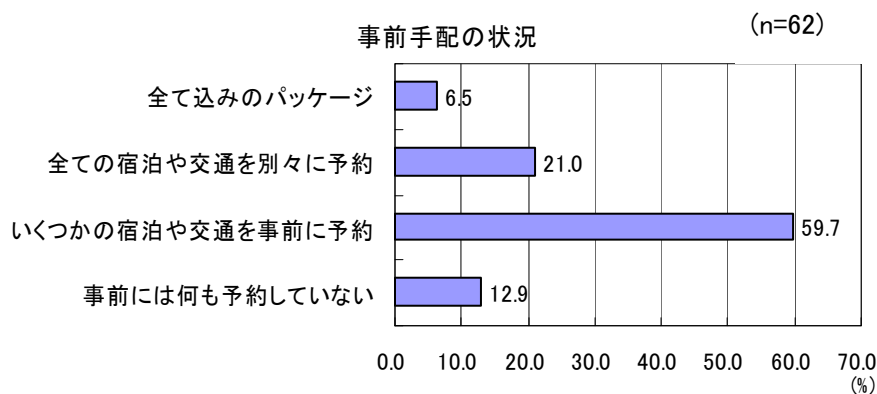
日本での滞在日数は2週間～1ヶ月程度が6割以上と多く、1週間以内の旅行者はいなかった。広島での滞在日数は2～3日が約7割となっている。



### (3) 手配状況・情報入手状況

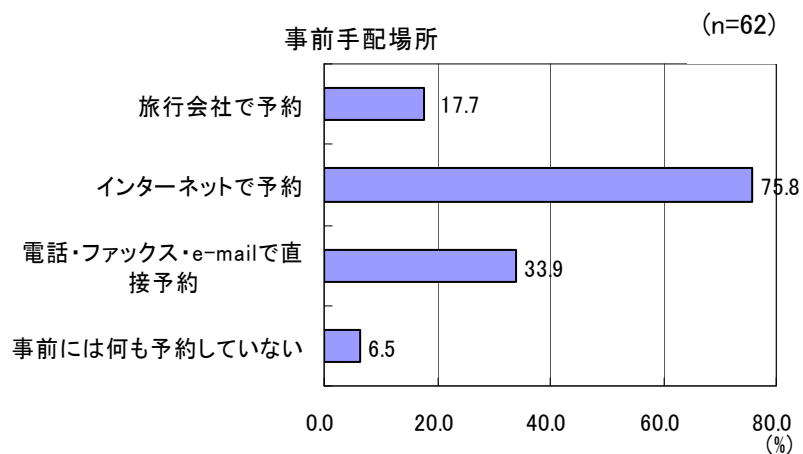
#### ①事前手配の状況

全て込みのパッケージで手配している人は6.5%と低く、全てを事前に手配している人の割合は3割以下となっている。



#### ②事前手配の場所

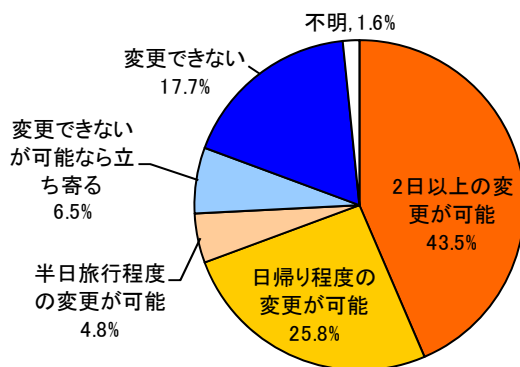
3/4がインターネット利用で手配をしている。



### ③予定変更の可能性

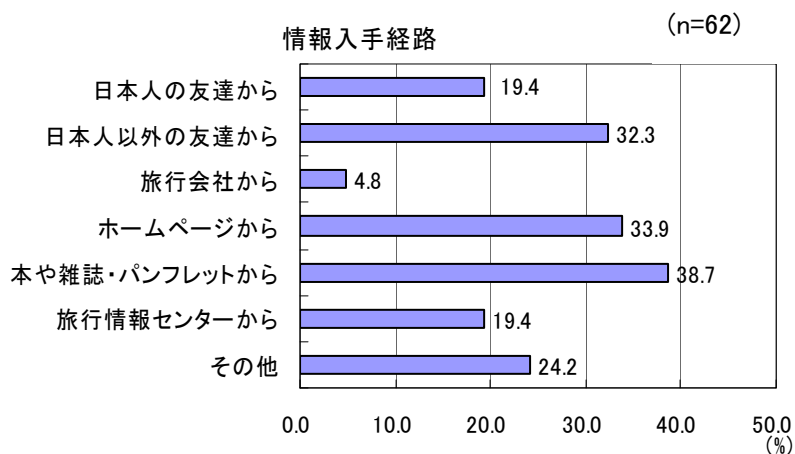
興味のある情報を得た際の予定変更については、3/4が変更可能と回答しており、特に宿泊を含めた2日以上の変更が可能と回答した人が4割以上となっている。

興味のある情報を得た際の予定変更可能性



### ④情報入手経路

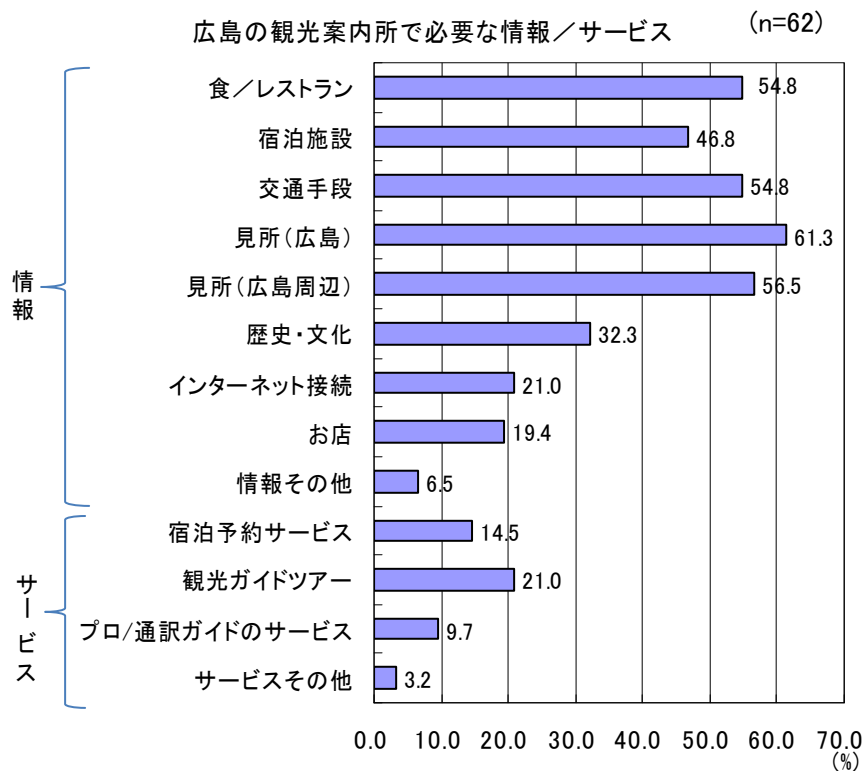
本や雑誌・パンフレットや、ホームページからの情報入手が多い。また広島平和記念資料館でのアンケートと比較すると、日本人以外の友達からの口コミ情報入手の割合が高くなっている他、旅行会社からの情報入手の割合が少なくなっている。



#### (4) 広島での旅行のニーズ

##### ① 広島の観光案内所で必要な情報・サービス

広島平和記念資料館でのアンケートと比較すると、見所、交通手段、食、宿泊施設に関する情報へのニーズが総じて高くなっており、特に広島周辺の見所についてのニーズが高くなっている。

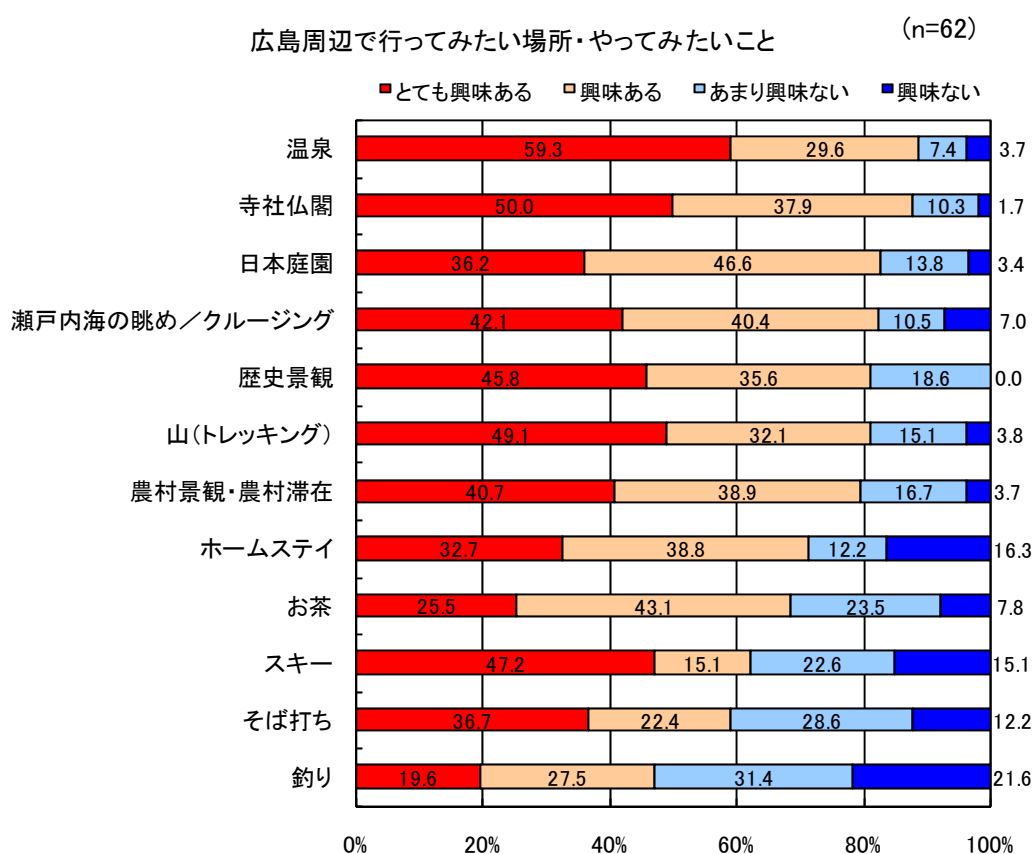




## ②広島周辺でやってみたいこと

歴史や文化、温泉に興味がある人が多いほか、農村景観にも興味がある人が多い。広島平和記念資料館でのアンケートと比較すると、「瀬戸内海の眺め／クルージング」、「山（トレッキング）」といった項目に興味のある人が9割以上と若干高くなっている。

また、スキーなどの体験型で「とても興味ある」といった回答が多い理由として、回答者の21%はオーストラリアからの学生の修学旅行が含まれていることが挙げられる。



## 4. 在日米国人ニーズ調査結果

### 1) 調査概要

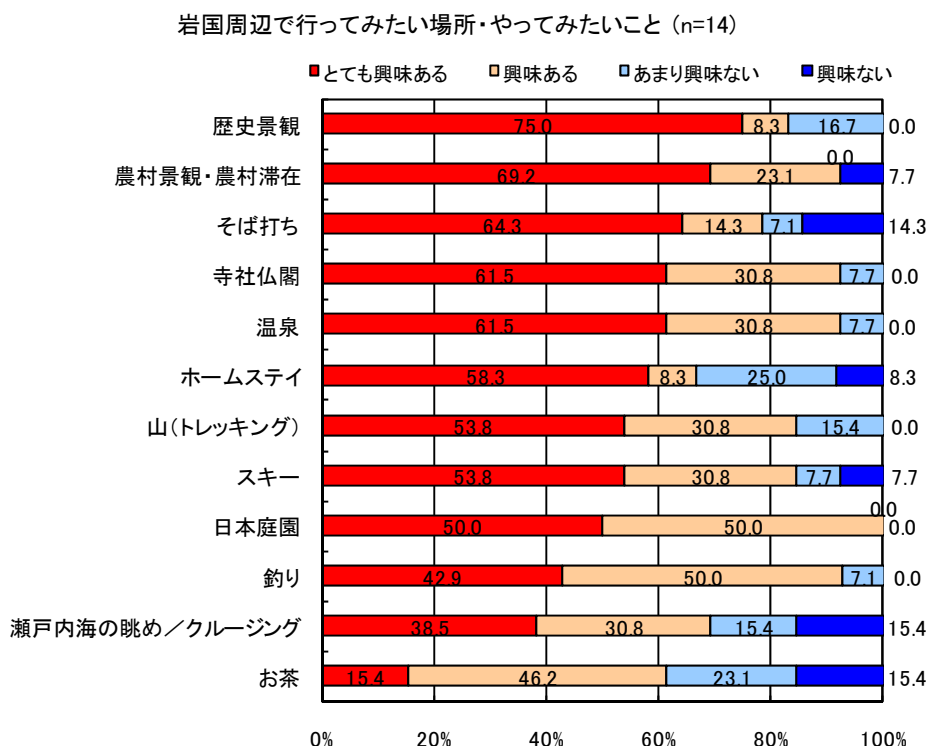
対象施設：米国海兵隊岩国航空基地

目的・手法：米国海兵隊岩国航空基地内の旅行サービス部門担当者（日本人）に対するヒアリングを行い、日本在住の米国人のニーズを把握する。また、旅行サービス部門を訪れる米国海兵隊岩国航空基地在住者を対象としたアンケートを実施し、岩国周辺での行動ニーズを把握する。

### 2) 調査結果

#### (1) 行動ニーズアンケート結果

旅行サービス部門を訪れる米国海兵隊岩国航空基地在住者を対象としてアンケートを実施した結果、14名から回答を得た。広島平和記念資料館でのアンケート調査と同様に、岩国周辺で行ってみたい場所・やってみたいことを聞いたところ、以下のような回答を得た。



## (2) ヒアリング結果

### ①日時・対象

日時：2009年9月10日（木）10:00～12:00

対象：米軍海兵隊岩国航空基地MCCSサービス部

I T & T (Information, Tours and Travel)

### ②ヒアリングまとめ

- 米軍岩国基地には現在 3,000 人住んでいる。漁業や農業、田舎体験、ホームステイなど、体験に興味を持つ外国人は多い。
- 中国地方は、スポット的な観光では京都、奈良、東京に及ばないが、自然や文化、体験型の資源をPRしていくことが重要。
- 地域全体で外国人観光客を受け入れ、旅行者も受け入れる人も両方が楽しめることが大事。外国人が何に興味があるか、日本人が考えるのではなく、外国人の視点で考えた方が良い。
- 外国人観光客を受け入れる課題として、言葉、文化、習慣の違いなどがあるが、場数を踏み、経験することが必要。宿泊施設などでの外国人の質問はパターン化しているので、セミナーなどで周知していくことが効果的。
- 通りに名前が無いなど外国人旅行者が歩きにくい環境なので、分かりやすい地図や貸し出し携帯ガイドなどは喜ばれる。行き先の分かりやすい市電も使いやすい。地図は、提供側の理論ではなく、ニーズ側から、外国人の視点で作った方が良い。

### ②ヒアリング内容詳細

#### (岩国基地の概要)

- ・岩国基地に住む人は、若い人や独身は1年しかいないが、ファミリーは2～3年、長い人だと5年いる人もいる。岩国には3,000人住んでいる。
- ・I T & T (Information, Tours and Travel) は、岩国基地内の旅行サービス部門であり、岩国基地在住者の日本国内旅行の手配を行ったり、各地へのバスツアーを企画したりしている。いわゆる岩国基地勤務者や家族の福利厚生を担当している部門で、岩国基地に住んでいる人の観光ニーズを把握している部門である。
- ・岩国基地在住者は、ツアーガイドが居なくても自動車を運転するなどしてどこにも出かけて行く。

#### (外国人からみた中国地方の魅力)

- ・中国地方は、京都や東京に比べると見所は少ないが、自然が多く、温かきがある。既存の観光スポットは広島と宮島ぐらいしかなく、観光スポットでは勝てないので、新しいものに注目してプロモーションしていくことが重要。鳥取砂丘は、他の国にもあるので、そこをプロモーションしても意味はあまりない。

- ・お米の収穫、特に花田植など文化的な体験に興味を持つ人はたくさんいる。
- ・外国人にとって、宮島などの“神道”はミステリアスなので、そのようなことをもっと見てもらうサービスがあっても良い。厳島神社でウェディングしたい海外の人もいるし、“神道”とは何かをもっと知りたいと思っている人もいる。そうした視点でのアプローチもあるのではないかな。
- ・日本の芸術を海外に紹介したいというニーズもある。着物の帯なども注目されるほか、日本の美意識として、徳島の会社が料理の添え物である紅葉などの「つまもの」ビジネスで成功した例も関心が高い。

#### (体験型の資源に対するニーズの高まり)

- ・中国地方の観光地は京都、奈良、東京に勝てないので、スポット観光をプロモートするよりも、自然や文化、体験をPRする方が良い。オプションで収穫体験などもよい。
- ・日本に旅行に来る外国人は、日本を体験したいと思っているので、日本文化の体験のためならお金を支払う。例えば、タイのチェンマイでは、象に乗って村をまわるという値段設定が高めな外国人旅行者向けエコツアーに人気がある。
- ・ラストサムライのシーン（兵庫県書写山）などは外国人の持つ日本の典型的なイメージであり、彼らはそういう典型的な日本のイメージを見たいと思っている。彼らのニーズを把握することが、成功につながるものと考えられる。
- ・東京には毎月上京しているので、東京で経験できるようなことは東京に任せれば良い。地方では東京と同じことなどできないので、東京の真似をしなくて良い。
- ・京都では、舞子体験や友禅見学のほか、日本刀を作る刀鍛冶を見ることもある。

#### (中国地方の体験型の資源に対する期待)

- ・中国地方にも探せば体験型の資源はある。漁業や農業など、体験に興味を持つ外国人は多い。先ほど鳥取砂丘はほかの国にもあると言ったが、体験の一部に鳥取砂丘を組み入れるのであれば問題ない。
- ・宮島も単なる観光でなく、神前結婚式をしたり、見たりする体験が良い。宮島以外でも、神社での結婚式の映像をネットで流せば効果がある。
- ・農業体験では、梨狩りやみかん狩りの人気が高い。米の育成に関する体験も良いと思う。
- ・平田観光農園（三次市）では、年3回収穫体験（さくらんぼ、ぶどう、いちご）のバスツアーを実施する。平田観光農園では留学生（研修生）が説明してくれるので、英語の説明がわかりやすい。そのほか、阿戸町（広島市安芸区）でリング狩りをしている。
- ・田舎体験、ホームステイにもニーズがある。
- ・佐世保の真珠養殖場が人気なので、阿多田島（大竹市）のハマチの養殖いけすも外国人に受けるのではないかな。

- ・やまなみ大学と国際交流する企画も面白いと思う。
- ・岡山の国際交流ヴィラなど、自分たちで行ける良い場所がある。大事なことは、集落全体、地域全体で受け入れ、旅行者も受け入れる人も両方が楽しめること。
- ・高野山で宿坊に泊まることがあるが、写経・精進料理・座禅体験は外国人のニーズが高い。広島でも三滝寺で同様の体験をすることが可能だと考えている。

#### (外国人対応に向けた受け入れ側の課題)

- ・受入側の問題として、外国人に拒絶反応を示す地域も多い。
- ・I T Tでは、外国人にありがちな間違い（旅館に土足で入るなど）を把握し、リスト化している。そうしたリストを情報として事前に宿泊施設側へ渡すことで旅館側も受け入れやすくなる。
- ・例えば、熊本県黒川温泉の日本旅館では、外国人が食べられない料理も出てくるが、そうした点はI T Tがフォローしている。
- ・中国地方で外国人観光客を受け入れるにあたっては、外国人対応セクションを設けて一元的な対応をすることが望ましい。宿泊施設が外国人観光客を受け入れるには、そのための説明が必要であり、場数を踏むことが必要。
- ・宿泊施設が外国人観光客を受け入れる課題には、言葉、文化、習慣などがあるが、場数を踏み、経験することで克服するしかない。外国人の質問はパターン化しているので、リストにして対策のためのセミナーをすれば良い。
- ・クレジットカードの問題について、欧米はカード社会だが日本は現金社会なので、外国人観光客は両替やクレジットカードのキャッシングに苦労している。I T Tがツアーを主催する時には、事前に両替所の場所などを調べて地図に記入している。地図には①ATM、②郵便局、③マクドナルドなど外食店の情報が必須。特に、郵便局のATMはV I S Aのキャッシングができるので重宝している。

#### (外国人対応の地図について)

- ・外国人は自由行動が大好きなので、地図が必要。岩国基地からのバスツアーも基本は自由行動で動く。情報をペーパーで渡しておいて、あとは自由に行動してもらっている。個人で動ける情報を渡してあげることが重要。
- ・在住の外国人にとって良い地図は、広島県が作っている地図。表が広島県で、裏が中四国の地図が載っているもの。これは使いやすく、すぐに無くなるので、もっと欲しい。道路地図は在住者やレンタカー向けに配ってもらえると良いと思う（旅行者には道路地図よりも鉄道の路線図が必要）。
- ・地域の地図などは、外国人が外国人の視点で作った方が良い地図ができる。Get Hiroshima（英国出身のポール・ウォルシュ氏が運営する外国人向けホームページ、無料で英語版広島マップを配布している）などは良い例。外国人は、カードが使えるレストラン、外国人ウェルカムなレストランなど、行きやすいレストランの情報を求めている。

- ・広電の路線図にレストランの広告を入れると良いし、タクシーの情報も必要。提供側の理論で作成せず、ニーズ側から作る必要がある。

#### (外国人対応の案内標識・ガイドシステムについて)

- ・在住外国人は基本的には車で動くので、地図が必須。車の移動で外国人が困るのは、通りに名前が無いこと。最近、レンタカーに英語のナビ対応が付いていることは、良いことだと思う。
- ・外国人ドライバーにとって英語標識や案内板が必要だが、観光客向けに英語の案内表示、看板が必要かということとは分からない。アメリカではナショナルパークの入りに看板で写真を撮ったりする。宮島でも栈橋のところに説明がある点が良いと思う。
- ・歩きやすさという意味で通りに名前があると良いと思うが、一朝一夕に解決できないので携帯ナビなどソフトを充実させていくことが望まれる。京都の無料の貸し出し携帯ガイドは使い勝手が良いので、宮島でも試行してみる価値がある。外国人個人客はこうしたサービスを必要としている。

#### (外国人対応の移動手段について)

- ・九州にバスのフリーパスがあるが、バスは外国人観光客には分かりにくく利用しにくい。バスを利用したいというニーズはあるが、番号が分かりづらく行き先しか書いていないので、目的地に行くかが分からない。
- ・広島市内では、バスよりも市電が好まれる。市電は路線図で行き先が分かる点が良い。
- ・外国人観光客、特に高齢者からタクシーのニーズがある。英語対応可能な電話番号の情報があればよい。英語対応可能なドライバーであれば、20～30分ぐらいは待てる。英語ができなくても、音声ガイドと併用するなどソフト面を充実させていくのも良い。サービスとして、運転手がちょんまげカツラではっぴを着て迎えに行けば、日本文化的なイメージと両方楽しめる。

#### (今後に向けて)

- ・日本人の視点で考えたサービスに対するニーズはない。
- ・まず、外国人が何に興味があるかを知ることから始めた方が良い。日本人が考えるのではなく、海外の人の視点で考える。その上でどのような対応ができるかを考えることが重要。
- ・観光ルートづくりにしても、日本人の視点で考えてはいけない。外国人観光客は何がみたいか、何がしたいか、ニーズを把握しないとイケない。

## IV 外国人向け観光案内所の実態把握

### 1. 調査企画

#### 1) 調査主旨

外国人観光客の中国地域内での周遊を促進させるために必要な外国人観光客への情報提供のあり方を検討するため、中国地域内の外国人対応観光案内所（ビジット・ジャパン案内所）の現状や課題をアンケート及びヒアリング調査により把握するとともに、成田空港や関西空港の観光案内所および外国人総合観光案内所（T I C）を対象としたヒアリング調査によりゲートウェイ等における中国地方の情報提供の実態について把握した。

#### 2) 調査概要

##### 中国地域のビジット・ジャパン案内所の現状調査

中国地方でビジット・ジャパン案内所に登録している 20 箇所の案内所を対象に、中国地方内の外国人対応観光案内所（ビジット・ジャパン案内所）の現状や課題を把握するため、下記の項目についてのアンケート調査を行った。

##### [調査項目]

- ・外国人観光客来訪者数、サービス提供体制（スタッフ数など）
- ・情報の質量（国別情報の有無など）
- ・活動実態、改良点



##### 中国地域のビジット・ジャパン案内所ヒアリング調査

中国地方のビジット・ジャパン案内所の中には、「宿泊施設併設型」として宿泊施設のフロントにおいて案内所機能を備える施設もあり、宿泊施設での情報提供の実態・課題と、宿泊している外国人観光客の動向について把握するため、「宿泊施設併設型」の案内所を対象としたヒアリング調査を行った。

また、外国人観光客が比較的少ない山陰地域での情報提供の実態・課題と、山陰地域への外国人観光客の周遊状況について把握するため、山陰地域のビジット・ジャパン案内所を対象としたヒアリング調査を行った。



##### 外国人総合観光案内所（T I C）等ヒアリング調査

成田空港や関西空港での情報提供状況や、ビジット・ジャパン案内所の連携可能性などについて把握するため、日本政府観光局（JNTO）が設置・支援している外国人総合案内所（T I C：ツーリスト・インフォメーション・センター）を対象としたヒアリング調査を行った。また、外国人観光客の多い岐阜県高山市における外国人旅行者誘致の取り組みについて把握するため、高山市と高山市が運営する観光案内所を対象としたヒアリング調査を行った。

## 2. 中国地域のビジット・ジャパン案内所の現状調査

### 1) ビジット・ジャパン案内所の概要

#### (1) ビジット・ジャパン案内所とは

「ビジット・ジャパン案内所（略称：「V」案内所）」とは、全国各地で観光客に情報を提供する対面式の案内所のうち、外国語を話すスタッフが常勤する、外国語パンフレットを常備する等、外国人観光客が利用しやすい環境を整えた案内所について、国際観光振興機構（JNTO）が指定しているもの。平成 19 年 4 月、ビジット・ジャパン・キャンペーンと連動して、案内所ネットワークの拡大を目的に、「i」案内所から「ビジット・ジャパン案内所」（VISIT JAPAN INFORMATION NETWORK）に呼称を変更。「観光立国推進基本計画」（平成 19 年 6 月 29 日閣議決定）において、平成 23 年度までに 300 ヶ所に設置することを目標としており、平成 21 年 7 月末までに 240 ヶ所の案内所をビジット・ジャパン案内所として指定している。

#### (2) 「ビジット・ジャパン案内所」の指定基準

（以下 JNTO ホームページより抜粋）

##### ①運営主体

- ・地方公共団体、観光連盟（協会）、運輸機関等外客受け入れに対して積極的に取り組んでいる団体が運営する案内所であること。

##### ②立地

- ・交通拠点（駅、港、空港、バス・ターミナル等）より至近距離にあること。そうでない場合にあつては、著名観光地等外客にわかりやすい場所にあること。

##### ③表示等

- ・交通拠点より案内所に至るまでの間、英文、ピクトグラム（絵文字）等による誘導表示が整備されていること。
- ・案内所の目につきやすいところに、英語で“INFORMATION”または“TOURIST INFORMATION”等の表示あるいは看板が設置されていること。ビジット・ジャパン案内所指定後は JNTO が提供するビジット・ジャパン案内所のシンボルマークを掲示すること。
- ・交通拠点に設置してある案内板等に案内所の所在箇所を分かりやすく表示すること。

##### ④施設

- ・対面式の案内所施設であること。
- ・質問待ちの人々が通行人の妨げとならないよう、客溜まりのスペースがあることが望ましい。

##### ⑤設備及び物品

- ・基本的に必要な設備及び物品



- ・外国人観光客対応用カウンター
  - ・外客用パンフレット、地図
  - ・外国人観光客が取りやすいパンフレットケース
  - ・複写機
  - ・外客用情報ファイル
  - ・電話番号帳
  - ・交通機関の時刻表
- ※但し、外客用情報ファイル、電話番号帳、交通機関の時刻表については、インターネット等で常に最新の情報が入手できる状態であればなくてもよい。
- ・備えておくことが望ましい設備及び物品
    - ・ファクシミリ
    - ・パソコン（インターネット環境整備済みのもの）
    - ・観光案内ビデオ（機器、ソフト共に）
    - ・情報案内板（黒板等でイベント等動態情報の掲示ができるもの）

#### ⑥案内所職員

- ・外国語（基本的には英語）による対応が可能な者が案内業務を行うこと。

#### ⑦業務

- ・外客に対し、旅行、観光に関連する案内・情報提供を行うこと。
- ・案内所職員が対応できない外国語について、通訳等の協力が得られる人（善意通訳等）と随時連絡が取れるようにしておくこと。
- ・予約・販売に関わる業務については、案内所の任意とするが、案内所の責任において行うこと。

#### ⑧開所時間、休日等

- ・開所時間 原則として観光客の往来のある時間帯は開所していること。
- ・休日 年中無休が望ましい。

#### ⑨保有することが望ましい情報

- ・案内所の所在地及びその周辺地区についての旅行、観光、その他の情報
- ・外国語の通じる医者、病院、その他緊急連絡先のリスト
- ・交通機関の時刻、料金等についての情報、国際線航空会社の予約電話番号、主要都市・観光地までのアクセス方法
- ・外客受入れ可能な宿泊施設についての情報（低廉宿泊施設情報を含む）
- ・外客が容易に利用できる飲食施設についての情報
- ・両替、海外発行のクレジットカードによる現金の引き出しができる場所についての情報
- ・他のビジット・ジャパン案内所等、各種情報照会先のリスト
- ・在日外国公館のリスト
- ・その他必要と考えられる情報

### (3) 「ビジット・ジャパン案内所」の利用者数

(「V BULLETIN」 vol.44 SEP.2008 (JNTO) より)

表2. 「ビジット・ジャパン案内所」への国籍別来訪者の傾向 (上位10ヶ国・地域)

地域 順位	北海道			東北			関東			中部		
	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比
1	香港	香港	20.1	香港	台湾	21.5	アメリカ	アメリカ	22.2	中国	中国	23.7
2	アメリカ	韓国	17.0	アメリカ	香港	19.1	韓国	韓国	13.2	アメリカ	アメリカ	13.0
3	オーストラリア	台湾	13.6	韓国	アメリカ	13.4	香港	香港	7.5	香港	台湾	11.6
4	韓国	アメリカ	9.6	台湾	韓国	11.8	台湾	台湾	5.9	イギリス	香港	7.3
5	台湾	シンガポール	8.5	中国	中国	6.5	中国	中国	5.7	オーストラリア	オーストラリア	4.9
6	シンガポール	オーストラリア	7.8	フランス	フランス	3.5	フランス	オーストラリア	5.2	韓国	シンガポール	4.5
7	イギリス	中国	4.5	イギリス	イギリス	3.0	イギリス	フランス	4.5	フランス	韓国	4.2
8	カナダ	イギリス	3.0	オーストラリア	オーストラリア	2.9	カナダ	イギリス	4.3	台湾	イギリス	4.1
9	ドイツ	フランス	1.9	カナダ	ドイツ	2.2	オーストラリア	カナダ	3.2	タイ	フランス	3.6
10	ロシア	カナダ	1.8	ドイツ	タイ	1.9	シンガポール	シンガポール	3.0	カナダ	タイ	3.4

2007年総数：16,669人      2007年総数：55,975人      2007年総数：312,339人      2007年総数：211,377人

地域 順位	近畿			中国			四国			九州		
	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比	2006年	2007年	構成比
1	アメリカ	アメリカ	15.1	アメリカ	アメリカ	19.8	アメリカ	韓国	23.6	韓国	韓国	37.6
2	韓国	韓国	14.5	フランス	台湾	14.9	イギリス	アメリカ	20.5	アメリカ	アメリカ	15.3
3	オーストラリア	オーストラリア	8.6	韓国	韓国	8.3	フランス	中国	7.5	イギリス	中国	4.9
4	イギリス	台湾	6.6	イギリス	フランス	7.8	オーストラリア	台湾	7.4	中国	イギリス	4.1
5	香港	香港	6.0	オーストラリア	イギリス	6.3	カナダ	フランス	5.8	フランス	フランス	4.1
6	台湾	フランス	5.4	台湾	オーストラリア	5.2	ドイツ	イギリス	4.7	ドイツ	ドイツ	3.7
7	フランス	イギリス	4.9	ドイツ	中国	4.8	韓国	オーストラリア	3.3	カナダ	台湾	3.4
8	カナダ	ドイツ	3.6	中国	ドイツ	3.5	オランダ	スペイン	2.9	台湾	オーストラリア	3.1
9	ドイツ	カナダ	3.5	カナダ	カナダ	3.2	香港	ドイツ	2.9	香港	香港	2.9
10	シンガポール	シンガポール	3.4	イタリア	スペイン	2.5	中国	カナダ	2.7	オーストラリア	カナダ	2.1

2007年総数：344,357人      2007年総数：31,573人      2007年総数：14,855人      2007年総数：58,751人

## 2) 中国地方の「ビジット・ジャパン案内所」の状況

### (1) 中国地方の「ビジット・ジャパン案内所」

県名	案内所名	所在地	電話番号
鳥取	境港市観光案内所	〒684-0004 鳥取県境港市大正町 215	0859-47-0121
島根	松江市国際観光案内所	〒690-0003 島根県松江市朝日町 665 JR 松江駅北口	0852-21-4034
島根	足立美術館案内所	〒692-0064 島根県安来市古川町 320	0854-28-7111
岡山	岡山市観光案内所	〒700-0024 岡山県岡山市北区駅元町 1-1 JR 岡山駅構内	086-222-2912
岡山	岡山県国際交流センター 情報相談コーナー	〒700-0026 岡山県岡山市北区奉還町 2-2-1	086-256-2914
岡山	倉敷駅前観光案内所	〒710-0055 岡山県倉敷市阿知 1-7-2 くらしきシティプラザ 2 階	086-424-1220
岡山	倉敷館観光案内所	〒710-0046 岡山県倉敷市中央 1-4-8	086-422-0542
広島	宮島観光案内所	〒739-0505 広島県廿日市市宮島町 1162-18	0829-44-2011
広島	旅荘 かわぐち	〒739-0588 広島県廿日市市宮島町 469	0829-44-0018
広島	バックパッカーズ宮島	〒739-0411 広島県廿日市市宮島口 1-8-11	0829-56-3650
広島	福山地方観光案内所	〒720-0066 広島県福山市三之丸町 30-1 JR 福山駅構内	084-922-2869
広島	新尾道駅観光案内所	〒722-0022 広島県尾道市栗原町 9381-4 JR 新尾道駅構内	0848-22-6900
広島	広島市観光案内所	〒730-0811 広島県広島市中区中島町 1-1 平和記念公園レストハウス内	082-247-6738
広島	広島市観光案内所 (JR 広島駅・南口)	〒732-0822 広島県広島市南区松原町 2-37 JR 広島駅 南口構内 1 階	082-261-1877
広島	広島市観光案内所 (JR 広島駅・新幹線口)	〒732-0822 広島県広島市南区松原町 2-37 JR 広島駅 新幹線口構内 2 階	-
広島	リーガロイヤルホテル広島	〒730-0011 広島県広島市中区基町 6-78	082-502-1121
広島	いかわ旅館	〒730-0854 広島県広島市中区土橋町 5-11	082-231-5058
広島	ビジネス旅館山水	〒730-0855 広島県広島市中区小網町 4-16	082-293-9051
山口	新山口駅観光案内所	〒754-0011 山口県山口市小郡 JR 新山口駅新幹線口構内	083-972-6373
山口	萩市観光協会	〒758-0061 山口県萩市大字椿 3537-3	0838-25-1750

(2) 中国地方の「ビジット・ジャパン案内所」アンケート結果

①対応人数・案内時間

※以下は各案内所からのアンケート回答をそのまま記載している。

		案内所名称 〔運営者〕	常時対応人数 ・スタッフ総数 (常勤スタッフ、 パートスタッフ)	案内時間・休業日 (夏期の案内時間 を表示)
駅・ 港併設型	鳥取	境港市観光案内所(境港内、JR 境港駅直結) 〔境港市観光協会〕	2名	9:00～18:00 【休】なし
	島根	松江市国際観光案内所 (JR 松江駅北口) 〔(社)松江市観光協会〕	2名 (常3、パ1)	9:00～18:00 【休】なし
	岡山	岡山市観光案内所 (JR 岡山駅構内) 〔岡山市〕	2名 (常3、パ0)	9:00～18:00 【休】12/31～1/1
		倉敷駅前観光案内所 (JR 倉敷駅前) 〔(社)倉敷観光コンベンションビューロー〕	1～2名 (常5、パ2)	9:00～19:00 【休】12/29～31
	広島	宮島観光案内所 (宮島港内) 〔(社)宮島観光協会〕	1名 (常6、パ12)	9:00～18:00 【休】なし
		福山地方観光案内所 (JR 福山駅構内) 〔(社)福山市観光協会〕	名 (常0、パ4)	9:00～17:30 【休】年末年始
		新尾道駅観光案内所 (JR 新尾道駅構内) 〔(社)尾道観光協会〕	1名 (常0、パ3)	9:30～18:00 【休】12/29～1/3
		広島市観光案内所 (JR 広島駅南口) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	1名 (常0、パ12)	9:00～17:30 【休】なし
	山口	広島市観光案内所 (JR 広島駅新幹線口) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	1名 (常0、パ12)	9:00～17:30 【休】なし
		新山口駅観光案内所(JR 新山口駅新幹線口) 〔(財)山口観光コンベンション協会〕	2名 (常1、パ2)	9:00～18:00 【休】不明
		萩市観光協会案内所 (JR 萩駅前) 〔(社)萩市観光協会〕	2～7名 (常7、パ0)	9:00～17:45 【休】なし
観光施設併設型	島根	足立美術館案内所 〔(財)足立美術館〕	5名 (常6、パ0)	9:00～17:30 【休】なし
	岡山	岡山県国際交流センター 情報相談コーナー 〔(財)岡山県国際交流協会〕	2～5名 (常5、パ0)	9:00～17:00 【休】日曜
		倉敷館観光案内所 〔(社)倉敷観光コンベンションビューロー〕	2名 (常5、パ2)	9:00～18:00 【休】12/29～31
	広島	広島市観光案内所 (平和記念公園レストハウス) 〔(財)広島観光コンベンションビューロー〕	2名 (常0、パ12)	9:30～18:00 【休】なし
宿泊施設併設型	広島	バックパッカーズ宮島 総宿泊可能人数：48人	2名 (常2、パ2)	8:00～16:00 【休】なし
		リーガロイヤルホテル広島 総部屋数：490室	2名	7:30～20:00 【休】なし
		いかわ旅館 総部屋数：28室	3名 (常4、パ0)	9:00～17:00 【休】なし
		旅荘 かわぐち 総部屋数：7室	1～2名 (常2、パ0)	10:00～ 【休】不定休
		ビジネス旅館山水 総部屋数：6室	1名 (常2、パ2)	

②対応言語、対応人数

※以下は各案内所からのアンケート回答をそのまま記載している。

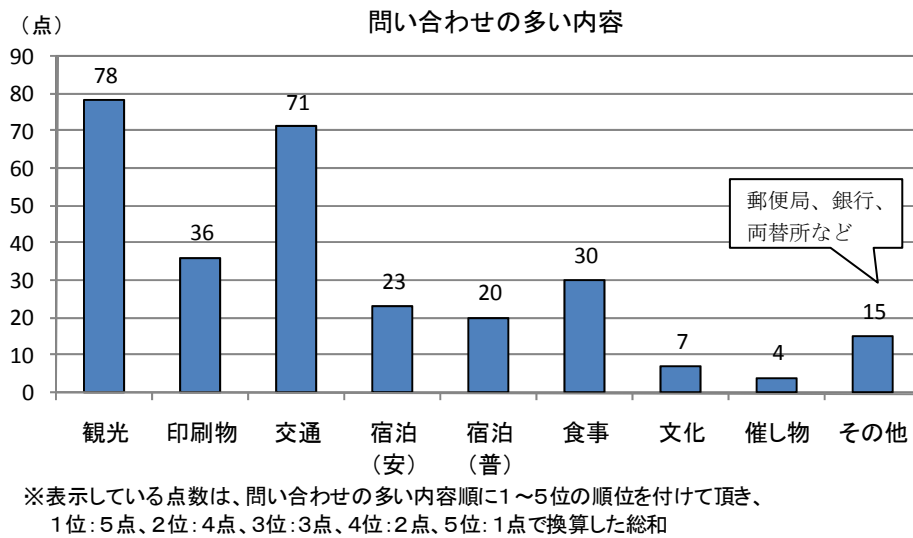
	案内所名称 〔運営者〕	対応言語 (英語・中国語・韓国語) 常時対応可:A 常時ではないが対応可:B 対応できない:C	年間対応人数(2008年)			宿泊予約 サービス	
			総数	アジア系	欧米系		
駅・ 港併設型	鳥取	境港市観光案内所	英:C 中:C 韓:C	100人	50	50	情報提供のみ
	島根	松江市国際観光案内所	英:A 中:C 韓:B	3,952人	932	3,020	対応可
	岡山	岡山市観光案内所	英:A 中:C 韓:C	7,347人	2,150	3,498	情報提供のみ
		倉敷駅前観光案内所	英:A 中:C 韓:C	4,616人	806	1,900	希望があれば対応
	広島	宮島観光案内所	英:A 中:C 韓:C	27,806人	4,644	23,162	対応可
		福山地方観光案内所	英:B 中:C 韓:C	801人			希望があれば対応
		新尾道駅観光案内所	英:A 中:C 韓:C	90人			情報提供のみ
		広島市観光案内所 (JR広島駅南口)	英:A 中:C 韓:C	13,872人	12%	70%	対応可
		広島市観光案内所 (JR広島駅新幹線口)	英:A 中:C 韓:C	21,108人	15%	64%	対応可
	山口	新山口駅観光案内所	英:A 中:C 韓:C	800人			希望があれば対応
萩市観光協会案内所		英:B 中:C 韓:C	60人			対応可	
観光施設併設型	島根	足立美術館案内所	英:B 中:B 韓:C	7,494人	5,368	1,255	情報提供のみ
	岡山	岡山県国際交流センター情報相談コーナー	英:A 中:C 韓:C	135人			情報提供のみ
		倉敷館観光案内所	英:A 中:C 韓:C	1,666人	828	819	希望があれば対応
	広島	広島市観光案内所 (平和記念公園レストハウス)	英:A 中:C 韓:C	25,949人	15%	63%	対応可
宿泊施設併設型	広島	バックパッカーズ宮島	英:A 中:C 韓:C その他:スペイン語	※2008年11月開業のため データなし			※宿泊施設の通常業務のため集計なし
		リーガロイヤルホテル広島	英:A 中:C 韓:C	5,994人	1,798	4,196	
		いかわ旅館	英:B 中:C 韓:C	6,000人	100	5,000	
		旅荘 かわぐち	英:B 中:C 韓:C	1,000人※宿泊者数			
		ビジネス旅館山水	英:A 中:C 韓:C	※宿泊者数は不明			

③研修参加状況、前後の訪問都市

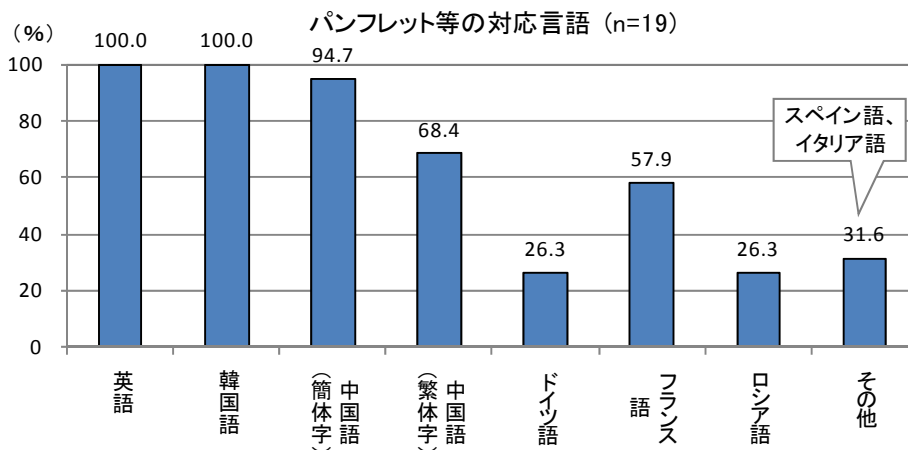
※以下は各案内所からのアンケート回答をそのまま記載している。

		案内所名称 〔運営者〕	JNTO研修 参加状況	前後の訪問都市	評判の良いところ
駅・港併設型	鳥取	境港市観光案内所	参加できない・していない	山陰各地、京阪神、山陽	松江(武家屋敷)、皆生・三朝・玉造等の温泉、大山登山、ゴルフ、ジャスコなどのスーパーでの買い物
	島根	松江市国際観光案内所	全員1回は参加する(予定)	岡山、萩、津和野、京都、飛騨高山、天橋立	松江城・武家屋敷・月照寺・小泉八雲記念館・由志園・足立美術館・出雲大社
	岡山	岡山市観光案内所	全員1回は参加する(予定)	京都、広島	後楽園
		倉敷駅前観光案内所	統括スタッフ等のみ参加	岡山県(岡山市、高梁市、総社市)、広島市、姫路市、香川県(直島町)	京都 高野山 広島県(宮島・鞆の浦) 姫路市(姫路城)
	広島	宮島観光案内所	統括スタッフ等のみ参加	広島市、京都	宮島、鎧着付体験
		福山地方観光案内所	参加できない・していない	広島、尾道、倉敷	鞆の浦
		新尾道駅観光案内所	参加できない・していない	広島市、大阪、松山	しまなみ街道・サイクリング体験
		広島市観光案内所(広島駅南口)	統括スタッフ等のみ参加	関西、九州、関東など	平和記念公園、縮景園、広島城、宮島、野球・サッカー観戦、世界遺産航路
		広島市観光案内所(広島駅新幹線口)	統括スタッフ等のみ参加		
	山口	新山口駅観光案内所	参加できない・していない		
		萩市観光協会案内所	参加できない・していない	広島市、松江市、大阪など	城下町周辺・萩焼体験
	観光施設併設型	島根	足立美術館案内所	全員1回は参加する(予定)	広島、京都、松江
岡山		岡山県国際交流センター情報相談コーナー	参加できない・していない		
		倉敷館観光案内所	全員1回は参加する(予定)	広島、姫路、直島等	市内:倉敷美観地区(川舟乗船)、沙美海岸(海水浴) 市外:備前焼体験(伊部)、宿坊(高野山)
広島		広島市観光案内所(レストハウス)	統括スタッフ等のみ参加	関西、九州、関東など	平和記念公園、縮景園、広島城、宮島、野球・サッカー観戦、世界遺産航路
宿泊施設併設型	広島	バックパッカーズ宮島	参加できない・していない	京都、大阪	
		リーガロイヤルホテル広島	参加できない・していない	大阪、京都方面	
		いかわ旅館	参加できない・していない	京都、大阪、東京、飛騨高山	宮島、平和公園、マツダミュージアム、野球新球場
		旅荘 かわぐち		福岡、大阪、京都	弥山へのハイキング
		ビジネス旅館山水			
		総部屋数:6室			

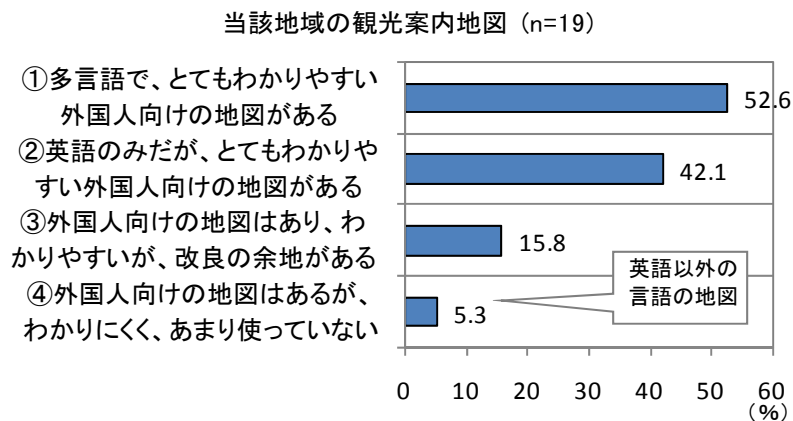
④問い合わせの多い内容



⑤パンフレット等の対応言語

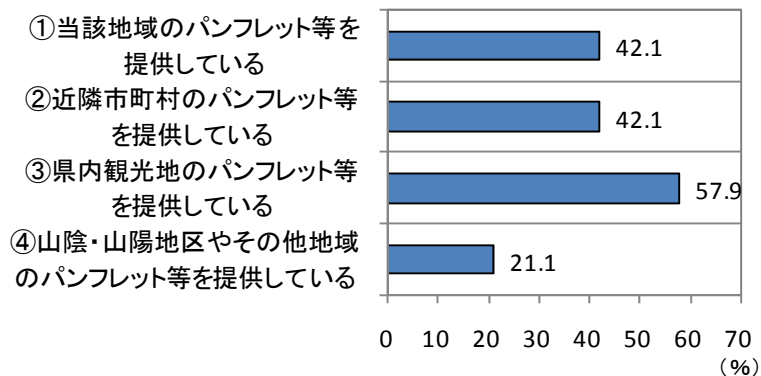


⑥各地域の観光案内地図の評価



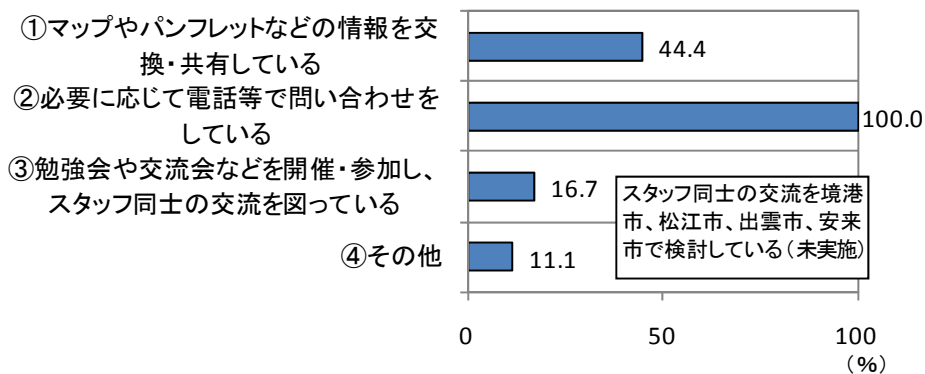
⑦周辺情報提供状況

外国人観光客向け周辺地域情報提供状況 (n=19)



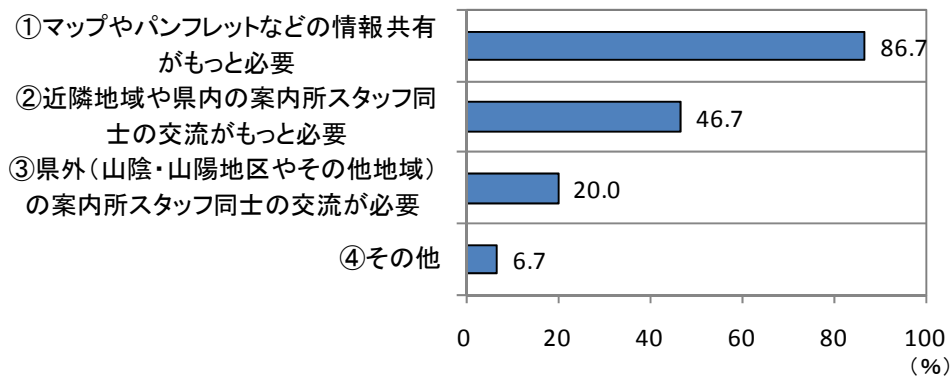
⑧他の観光案内所との連携の現状

他の観光案内所との連携の現状 (n=18)



⑨他の観光案内所との連携の必要性

他の観光案内所との連携の必要性 (n=15)





### (3) 中国地方の「ビジット・ジャパン案内所」の課題と今後の方向性

#### ① アンケート結果の自由記述より得られた課題

##### ■ 境港市観光案内所

- ・パンフレット、チラシなどのツール作成に欠かせない外国語への翻訳に多大の費用と時間がかかるので、鮮度の良い情報発信ができない。
- ・山陰では通訳ガイドの登録人数が10名に満たず、富裕層来訪者に多いエスコート手配依頼に応じられない。
- ・ロシア人観光客が多い当地で、ロシア語を話せる、翻訳できるスタッフが少ない。また日本（JNTO）でもロシア語の対応は未整備で、「V」サポートでも対応ができない。

##### ■ 松江市国際観光案内所

- ・交通機関や公共施設など、外国人旅行者がよく利用する場所に、英語が話せるスタッフがほとんどいない。観光案内所のスタッフが電話や現地で通訳しているが、かなりハード。
- ・観光客が増え、スタッフの人数が全く足りていない。スタッフのやる気を持続させるため、スタッフ増、給料アップ、研修会の参加が考えられるが、予算を確保できないのが現状。

##### ■ 岡山市観光案内所

- ・宿泊施設の斡旋や県外施設への取り次ぎを依頼されるが、対応ができないため、満足いただけない場合もある。

##### ■ 倉敷駅前観光案内所

- ・スペイン語やイタリア語の地図のニーズがある。

##### ■ 倉敷館観光案内所

- ・市役所など関係機関と積極的に意見交換を行い、パンフレットの内容の充実や需要の高い言語のマップを新しく増やしている。（2009年度からフランス語・台湾語のマップを新しく作成。）

##### ■ 新尾道駅観光案内所

- ・しまなみ街道のサイクリングマップの外国語版が必要と思っている。サイクリングマップは、情報の更新が必要だが県を跨いで情報の更新が必要であるため、なかなか実現しない。最近、最も外国人のニーズが高いにもかかわらず、日本語版で対応している。手持ちの資料での対応に限界を感じる。

### ■広島市案内所（3箇所通じて）

- ・多様化する旅の形態、個人の趣味や興味が様々なことから観光案内所の範疇を超えた質問や案内を求められ、どこまで対応すべきか悩ましい
- ・特にJ R（鉄道）案内と共同運営の駅構内案内所は、J R 関連の問い合わせや構内案内、それ以外の交通案内件数が、純粋な観光案内より件数が多い。

### ■足立美術館案内所

- ・当案内所、駅、バス等での外国語対応、外国語表記が不十分である。国際観光案内所のレベルアップの為、外国語対応可能スタッフを採用している。

## ②アンケート結果から得られた現状と課題のまとめ

### ○各案内所の連携

- ・多くの案内所において「他の観光案内所とマップやパンフレットなどの情報共有がもっと必要」と考えており、「他の観光案内所との勉強会や交流会などを開催・参加し、スタッフ同士の交流を図っている」と回答した案内所は2割弱にとどまっている。
- ・宿泊施設の斡旋や県外施設への取り次ぎ依頼に対応できない案内所もある。

### ○拠点案内所の機能

- ・広島、宮島、岡山、倉敷、松江といった県庁所在都市や主要観光地における案内所の利用者が多い。
- ・観光客が増え、スタッフの人数が足りない案内所もある。
- ・旅の形態が多様化しており、従来の観光案内所の範疇を超えた個人の趣味や興味に関する多様な質問や案内を求められ、対応に苦慮している案内所もある。

### ○言語対応能力

- ・交通機関や公共施設など、外国人旅行者がよく利用する場所に、英語が話せるスタッフがほとんどいないことが課題として挙げられている。
- ・パンフレット、チラシなどについて、各国語の翻訳に多大の費用と時間がかかり、鮮度の良い情報発信ができない現状がある。

### 3. 中国地域のビジット・ジャパン案内所ヒアリング

#### 1) 調査概要

##### (1) 宿泊施設型

・・・広島周辺の宿泊施設にアンケート実施可能性も含めてヒアリング

ヒアリング対象	ヒアリング日時
①旅荘 かわぐち	2009年7月1日 10:00～11:30
②バックパッカーズ宮島	7月1日 12:00～14:00
③リーガロイヤルホテル広島	7月6日 14:30～15:30

##### (2) 案内所型

・・・山陰地域の案内所に外国人観光客の動向をヒアリング

ヒアリング対象	ヒアリング日時
④境港市観光案内所	2009年7月16日 10:00～10:30
⑤松江市国際観光案内所	7月16日 14:00～15:30

#### 2) 調査結果まとめ

- 案内所で利用しやすい各国語の地図として、1枚で全域（宿泊施設と見所の位置）が分かり、案内所で印刷可能な簡便なものが求められている。
- ビジット・ジャパン案内所のスタッフが集まる研修では、外国人対応のヒントやサービスを学ぶとともに、周辺の案内所スタッフとの面識ができることが良い点。
- 旅館やホテルを利用する旅行者は事前に旅程を決めている人が多く、バックパッカー向けの宿では予定を決めていない人が多い。
- バックパッカーの特徴として、滞在先での口コミ情報を重要視しており、宿泊施設での情報提供や旅行者同士の情報交換により訪問先が決まる傾向がある。
- 広島や松江を訪れる旅行者のジャパンレールパスの保持率は非常に高く、案内所ではJRでの移動を前提として訪問先を案内している。
- 情報源としてガイドブック「ロンリープラネット」を持っている人が多く、掲載している宿泊施設や店舗を訪問する人が多い。
- 純和風の宿に泊まりたいという欧米系観光客のニーズがあり、笑顔で親切な対応、施設の清潔さ、美味しい料理の3点が評価され、口コミで来訪が増えている旅館がある。
- 宮島を訪れた外国人観光客の多くが弥山に登るなど、トレッキングと瀬戸内海の景色を楽しむ欧米系観光客が多い。

### 3) 調査結果詳細

#### (1) 旅荘 かわぐち



- ・施設概要：古民家を改修（福島俊を氏設計）した純和風旅館。  
部屋数は7部屋で、広さは6畳～10畳。  
1泊¥6,825～¥7,350/人（食事別、夕食¥4,200～、朝食¥1,050）。  
10年前に改装オープン。  
オーナーはUターンで、奥さん（女将さん）が英語堪能。
- ・当初は外国人の宿泊を考えていなかった。フランスの雑誌記者が宿泊して、雑誌で紹介されてからフランス人が増え、さらに口コミで宿泊者の知人や親戚が宿泊するようになった。現在は5割程度が外国人宿泊客。
- ・外国人宿泊者の国籍は、ヨーロッパ、オーストラリア人が中心。3割程度は連泊しており、旅館を拠点として広島市内、岩国などを観光している。外国人観光客には純和風の宿に泊まりたい、浴衣で歩いたり、食事をしたいというニーズが確実にある。
- ・世代別では、若者からお年寄りまで幅広い世代が宿泊する。客層別では、バックパッカーは泊まらないなど、住み分けができています。
- ・欧米系から高い評価を得ている理由は、笑顔で親切な対応、清潔な施設、料理の3つ。掃除は徹底的に行い、対応はとにかく笑顔を大事にしている。このようなおもてなしを人に教えるのは難しい。セミナーなどがあるが、何が悪いかを確認する場ではあるが、良いことを教えてもらう場ではない。
- ・宮島では、弥山にトレッキングを楽しむ人が多い。1日かけてゆっくり宮島を見てまわっている。旅行をゆっくり楽しむスタイルは日本人の感覚ではない。
- ・旅程は事前に決めている人が多い。予定を変更するのは難しいので、事前に検討できるような情報発信が必要ではないか。
- ・ビジット・ジャパン案内所は依頼されて受けたもの。多言語のパンフレットや英語の情報発信は宮島の観光案内所でやっており、旅館では困っていることを極力助けてあげることが大事だという気持ちで対応している。
- ・アンケートを宿泊客にお願いすることは可能。宿泊客に対するお土産などがあれば喜ばれる。協力費用などは必要ない。紙のものはあまり喜ばれない。小さいしゃもじとか良いのではないか。

## (2) バックパッカーズ宮島



- ・施設概要：料金はベッド相部屋¥2,500／人、和室相部屋¥3,000／人。3階建ての建物で3階は女性専用フロアとなっている。  
欧米人（カナダ、アメリカ、イギリス、ドイツなど）を中心にお客が来ている。
- ・宿泊客の3割程度が連泊で、長い人で10日間～2週間滞在する。
- ・宮島では8～9割の人が弥山にトレッキングで登る。ロープウェーは値段が高いため使わない。多島美の景観、消えずの火などを楽しんでいる。宮島に1日いる人も多く、何度も宮島へ行く人もいる。
- ・予定を決めていない人が多い。宿泊施設を拠点として周辺を動くタイプが多いので、フロントへの質問も「どこか他に行くところはないか」というものが多い。バックパッカーは情報を与えると行ってもらえるので、呉、尾道、西条などや、九州の情報も伝えることもある。情報を与えると動けるので、バックパッカー向けのフリーペーパーを作りたいと考えている。
- ・バックパッカーの宿泊施設が広島に少ないため、広島に来ている人は、京都を拠点として日帰り旅行している人がほとんどではないか。京都のバックパッカーの宿との連携、広島市と京都市の連携など、京都からお客を呼ぶことが重要。
- ・ジャパンレールパスは9割以上が保有している。有効期限を気にしながら行き先を考えている。
- ・ビジット・ジャパン案内所には、自らJNTOに登録した。情報を得たいという気持ちもあるが、登録されることで外国人に知ってもらえるのではないかと期待があったため。ただ、ビジット・ジャパン案内所は外国人にはまだ知られていない。
- ・バックパッカーは口コミが強い。次の滞在先で情報交換するので、良い評価が伝わりやすい。そのため、チェックアウト時にチラシを渡して、次の滞在先に置いてもらう

ように頼んだりする。

- ・WEB上にも口コミサイトがあり、その広島地域で no.1 の評価を保つよう心がけている。
- ・「ロンリープラネット」は8～9割の人が持っている。ここでの情報発信力は非常に強いので、掲載してもらいたいが、覆面ライターによる評価とのことで、口コミの良い評価を続けていくしかないと思っている。
- ・宿泊旅行統計は従業員 10 人以上の施設のみをカウントしているため、バックパッカーズ宮島の統計情報は誰にも活用されていない。オープンしてから詳細にデータを整理しており、月ごとに国別で変動がある。国別の長期休暇の状況などを考え、効果的なPR戦略も可能。
- ・アンケートを宿泊客にお願いすることは可能。回答者に渡すものとしては、小さい和風のしおりなどでも良いのではないかと。協力費用などは必要ない。

### (3) リーガロイヤルホテル広島

- ・アメリカ人の宿泊客が多い。ほとんど個人客だが、アジア系で団体客が入ることもある。
- ・連泊する人は3割程度いるが、2泊が限度。宮島や平和公園を訪れた後で時間がある人がフロントに尋ねてくるので、呉、江田島、錦帯橋あたりをオススメしている。また、クルーズや温泉などを希望する人もいる。
- ・ジャパンレールパスはほとんどの人が持っているので、JRで移動できる範囲を紹介するようになる。
- ・バスで2時間以上かかる場所は、日帰りするのが大変であるため、ホテルとしてはオススメしていない。バスで2時間以上かかる場所は、基本的には次の滞在先として宿泊することが前提となる。
- ・基本的には旅程を決めている。途中で変更したりはしない。
- ・広島は外国人にとっては動きにくい。インフォメーションも分かりにくく、交通手段も良くない。また、シティガイドツアー・巡回バス・レンタル自転車もないので、広島城、縮景園などを周遊するのが難しい。
- ・Get Hiroshimaは便利なマップで重宝している。広島市の作成した地図は、見所は書いてあるが開館時間などが未記入で、小さくて、わかりにくい。それで、外国人宿泊客にはGet Hiroshimaを渡すか、ホテルで作成している地図を渡している。
- ・ロンリープラネットの「Japan」は多くの人を持っている。
- ・ビジット・ジャパン案内所は、外国人に周知されていないので、あまり関係ない。ホテルのコンシェルジュサービスで対応した人数をJNTOに報告している。ビジット・ジャパン案内所のマークが「？」なのはわかりにくい。外国では「i」が標準。
- ・現在は京都の寄り道が広島、という状況。広島から足を伸ばして行ける場所でオス

メするのは萩。お寺や武家屋敷など外国人にも魅力がある。お茶や生け花、着物を着るといふ体験も良い。農村体験だけでは外国人には難しいが、わびさびの文化を教えることとセットになると良いかもしれない。

- ・アンケートを宿泊客にお願いすることは可能。協力費用などは必要ない。

#### (4) 境港市観光案内所



- ・DBSクルーズが就航したが、韓国から日曜日の便で大山登山に来る人が多い。(200人～250人/便。500人で満杯のツアーも今後予定されている。)米子ーソウルの航空便が就航して、大山が韓国のテレビで紹介されるなどしており、このたびのDBSクルーズの就航で、行き帰り船中泊で宿泊なしの弾丸ツアーが組まれている。お弁当とバス程度で宿泊無し。本格的なトレッキングウェアで来ている。
- ・案内所に来る外国人は、日本語が片言でも話せる人が多い。対応は日本語と簡単な英語で対応している。
- ・案内は、松江から大山・米子あたりまでの情報を提供している。境港からは松江に行く人が多い。
- ・アジア系が多く、香港や台湾の人などが良く来ている。アニメ好きということもあり、北栄町の青山剛昌ふるさと館（名探偵コナン）にも行っているようだ。
- ・境港には団体ツアーの人が多く、水木しげるロードには外国人が多いが、案内所まではあまり来ない。
- ・外国人対応に必要なものとして、簡単な各国語の地図が欲しい。市などがカラー冊子で各国語版のパンフレットなどを作っているが、足りない時にすぐに手に入らない（予算がないので増刷できない）ことがあり、案内所で印刷できるようなもの、白黒でよいので、簡単な1枚ものの地図があると案内所で使いやすい。

## (5) 松江市国際観光案内所



- ・2008年（1月～12月）の案内所対応実績として、外国人は3952人。うち、アメリカとカナダで1457人、フランス・イギリス・ドイツ・スペインなどヨーロッパが1325人、韓国402人、中国・台湾・香港342人などとなっている。
- ・松江に来る外国人観光客は、台湾人が多い（由志園に年間3,000人来る）が、団体ツアーのため観光案内所には来ていない。
- ・案内所に来る人の9割以上はジャパンレールパスを持っており、案内する交通手段もJRを中心に案内している。
- ・外国人の宿泊施設としては、家族経営の旅館である寺津屋（てらづや）さんが圧倒的に多い。人気の理由は、値段が安いこと、英語が話せること、ロンリープラネットに載っていること、和室に泊ってみたいというニーズを満たしているため。
- ・バックパッカー向けには、シングル2,400円でシャワートイレ共同の「ヤングイン」をオススメしている。
- ・松江には最低1泊しており、日帰りの人はあまりいない。2泊～3泊する人も多い。
- ・宿泊の予約に関しては、事前予約の人も、当日決める人もいる。
- ・全体行程として、東京－京都－大阪－松江をジャパンレールパスで動いている人が多い。ローカル線に乗りたいという人も多く、城崎から海岸沿いを乗り継いで来る人もいる。松江には広島から来る人もいるが、大阪から岡山・倉敷経由で来る人の方が多



いと感じている。

- ・松江周辺は、出雲大社、足立美術館、松江の城下町などを見に来ている。由志園の日本庭園は庭園の中を歩くことが出来るので人気がある。盆栽を買いたい、着物を買いたいという人もいる。
- ・堀川遊覧は面白いが、船頭さんが日本語しか話せないのが残念。
- ・案内所で使いやすいマップは、全体地図が1枚になったもので、宿泊施設と見所がわかるもの。市役所が作った観光名所案内と地図が冊子になったものがあるが使いにくく、商工会議所に頼んで、観光案内所のスタッフの要望を伝えて地図を作ってもらった。現在はその地図を主に使っている。ただ、それでも不足するので、案内所で簡単な地図を作ろうかと検討中である。
- ・外国人に対応したガイドが必要だと思っている。グッドウィルガイドという制度があるが、事前予約制で当日対応できない。また、市内の英語表記など看板も対応できていない。そもそも松江に住んでいる人が外国人に慣れておらず、拒否反応がある。
- ・松江周辺の施設では、外国人は50%割引をしており、評価が高い。
- ・J N T Oが主催する東京での研修にはスタッフが参加している。全国の同様のスタッフと交流することにより、外国人対応のヒントやサービスがわかるので非常に良い。またネットワークができるので、岡山の案内所に連絡をする際にも連絡しやすい関係がつけられる。案内所スタッフだけでなく、行政職員も研修に参加したほうが良いと思う。

## 4. 外国人総合観光案内所（T I C）等ヒアリング

### 1) ヒアリング調査概要

日本政府観光局（JNTO）国際観光案内所	12月4日（金）10:00～11:00
成田空港第二ターミナル案内所	12月4日（金）15:00～16:00
関西観光情報センター（関西空港）	12月3日（木）16:00～17:00
高山市観光課	12月16日（火）11:00～12:00
高山観光案内所	〃 13:00～14:00

### 2) ヒアリング調査結果まとめ

#### ①外国人総合観光案内所等ヒアリング結果まとめ

- 最近の訪日外国人観光客は、トレッキングや農業体験など自然志向の人が増えている。国別にみると、フランス、スペイン、イタリアなどは日本のアニメに興味がある人が多く、アジア系はテーマパークやショッピングに興味がある人が多い。
- 中国地方は三朝温泉や玉造温泉、出雲大社、倉敷、萩、鞆の浦、白石島など欧米系にニーズがある。今後は、F I T（Free Individual Travel：個人旅行者）が中心となるので、従来の団体旅行誘致の考え方ではなく、観光客が何を求めているかをサンプルに考えた方が良い。
- 成田空港や関西空港の案内所では、広島や宮島に関する問い合わせが多い。今後は、中国地方全域がわかる地図と、各都市の持ち歩き用マップの2種類が必要。日本語と英語を併記したものが良く、手作りのものでも充分に使ってもらえる。
- ジャパンレールパスは浸透しており、パスを使って目一杯回りたいと考えている。中国地方全域の地図では、鉄道の路線図がある方がわかりやすい。
- 関西圏の交通パス（スルッとKANSAI）は、比較的短期滞在のアジアからの旅行者に人気で、交通パスが使用可能な範囲だけを動いている。
- 宿泊施設は、言語よりも清潔感や挨拶が重要。中国地方、特に山陰はウェルカムインの登録が少なく、JNTO案内所で紹介できていない。
- 成田空港や関西空港の案内所の運営費用は少なく、人材確保が難しい。
- 岐阜県高山市では昭和63年に国際観光都市を宣言し、4言語による案内看板の設置など外国人観光客対応に取り組み、現在までに8言語のパンフレット、11言語のホームページを作成している。

## ②調査結果から得られた外国人対応案内所の整備の方向性

ビジット・ジャパン案内所へのアンケート結果、及び外国人総合観光案内所等ヒアリング結果を踏まえ、中国地方の外国人対応案内所の今後の整備の方向性について、以下の通り3点が挙げられる。

### 案内所の連携強化

- ・中国地方の案内所スタッフの交流・相互学習の機会提供(JNTOセミナー中国地方版の開催)、マップやパンフレット等の相互設置、など

### 拠点案内所の機能強化

- ・拠点案内所(県庁所在都市などの各県の主要駅案内所等)の人員確保、情報集約、案内所への誘導サイン設置、など

### 言語対応能力の強化

- ・各案内所で必要とされている言語のマップ作成、継続的な情報更新のための翻訳スタッフ・翻訳費用の確保、公共施設や交通機関の職員が活用可能な多言語案内ツールの開発・普及、など

### 3) ヒアリング調査結果詳細

#### (1) JNTO

日時：2009年12月4日（金）10:00～12:00

対象：日本政府観光局（JNTO）企画本部 総務部 観光情報センター



#### (瀬戸内国際観光テーマ地区の取組み)

- ・観光はシンプルなものだが、行政等が難しくしている。
- ・私（説明者）は33年観光の仕事をしてきて北海道、九州、北東北、瀬戸内の観光を手がけている。北東北は、平成12年から国際観光テーマ地区として成功を収めた。
- ・瀬戸内は国際観光テーマ地区の第1号であり、当時、担当課長として香港、台湾、韓国の招聘事業を37本扱い、1,999名の送客をした。
- ・瀬戸内側からの希望はアジアとのマッチングだが、アジア市場のニーズとミスマッチだった。瀬戸内とアジアのマッチングは、事務所の4段階評価（◎、○、△、×）で、一番可能性が低い「×」だった。
- ・当時の海外市場は、欧米系は熱しにくく冷めにくい、アジアはヒットしても飽きられるという状況だったので、議会はすぐに効果のでるアジア市場を要求した。県は議会で事業が承認されたので、アジアに取り組みざるを得ない状況だった。
- ・瀬戸内は、国際観光テーマ地区の第1号なので、失敗できない状況下にあったが、マッチングが難しいので、本気で事業に取り組む事業者（3市場、6社、9名）だけを招いた。広島県では、それまで10年間単独で招聘事業に取り組んでいたが、JNTOと半年共同事業を行い商品が造成できたので、信頼関係ができた。
- ・それまで広島県が招聘事業に成功しなかったのは、本州から四国に渡るフェリー代をツアー代に加算するため、割高な商品になっていたことが原因。内容的には満足できる商品だが、担当者が割高な商品では売れないことを理解せずにモデルコースを作っていた。また、モデルコースは広島、山口、愛媛の各県を結ぶという制約に加え、招聘ツアーの視察箇所は1日4箇所が限界なのに、1日8箇所も入っていた。JNTOでは、事業を成功させるためにフェリーを使わないことで商品価格を抑えたので、結果として招聘事業で送客した1,999人は愛媛に渡っていない。

#### (中国地方の資源)

- ・ 中国地方は欧米系市場が有望である。三朝温泉など、大きな魅力がある。うまくいけばアジア市場も取り込める。温泉、食、酒、景色など、海外では知られていないが魅力の地である。
- ・ 広島知名度は高い。東京ー京都ー姫路ー九州という行程の途中で、広島にはかなりの人が行っている。岡山や倉敷もオススメしている。
- ・ 中国地方は、クルーズの寄港地（松江ほか）として注目されているが、クルーズ誘致が伸びていないのは、セールスの際、社長と面会しても寄港地を決める担当と商談していないため。ルートを決める担当に具体的に話をしないと寄港地に選ばれない。
- ・ 一軒宿、ひなびた温泉として、三朝や玉造などPRするのも良い。
- ・ 歴史的な資源として、出雲大社、銅鐸なども魅力があり、わざわざ訪れる人もいる。銅鐸のレプリカをお土産に買いたいという人もいた。欧州の観光客は、山陰にもジャパンレールパスを使って山陰線や山口線の在来線を乗り継いで訪れる。
- ・ 萩へ行く特急列車がなく、山陰線の便数が少ないことは、欧米系観光客にとってたいした問題ではない。仮に、便数が1日2便であれば、彼らはそれに応じたスケジュールを組むだけのこと。その分、時間をかけて歩いてもらえる。
- ・ その他、鞆の浦は隠れた魅力を持っているし、白石島（笠岡市）は何も無いリゾート地として、ジャパントゥイズに年1回は取り上げられている。

#### (訪日外国人旅行者の動向)

- ・ ジャパンレールパスは訪日外国人観光客の間に浸透している。
- ・ JNTOの案内所の利用者は欧米系が多い。フランス、スペイン、イタリアの人が東北に興味があると言って来るが、彼らの泊まれる宿が少ないことがネックになっている。
- ・ 自然志向の人、トレッキングの人も増えている。四国の八十八箇所なども、オランダ人が85日かけて回ったりしている。
- ・ 群馬の法師温泉は、アクセスは悪いが、地元のおもてなしが好評で訪れる人がいる。
- ・ 農業体験も増えている。茶畑が見たいというニーズもある。

#### (外国人旅行者への対応)

- ・ 「宿自体の魅力」＋「交通」＋「様々なタイプの部屋」の3つが、外国人観光客から見た安心して泊まれる宿の条件。
- ・ 宿泊施設は、言語よりも、低廉で、清潔感や挨拶が重要。地域内に良い宿が1つでもできると、相乗効果で地域内に良い宿が増えてゆく。
- ・ 外国人観光客の招請を企画する際、招請時期、ターゲット市場の国民性・習慣、魅せたいもののマッチングができていないことが多い。
- ・ 例えば、福井にアメリカ中西部の旅行社を招請する場合、県としては東尋坊を外せないとするが、グランドキャニオンがある国の人たちに東尋坊を見せてもスケール

が違いすぎて関心を持たれない。

- 習慣について、旅行代理店や大手ホテルであっても、中国人にバンケットでだすドリンク（中国人は日本酒を飲むがウィスキーは飲まない）は何がよいか、「熱烈歓迎」の文字は赤が基本で黒はタブーということを知らない。また、中国本土は簡体字なので、日本漢字が読めないことを理解せず、チェックインに時間がかかったりする。
- これまでの外国人観光客は団体旅行だったが、これからはFITが中心。個人旅行者はほとんどの人がジャパンレールパスを持っている。まず白紙の状態で、外国人観光客が何を求めているかをシンプルに考えるべき。
- 日本人の視点で考えても、外国人観光客は興味を持たない。例えば、外国人観光客は日本の歴史に関心を持たないので、エピソードを話して欲しい。阿修羅像の3面の話、巖島神社の波対策の踏み板の話、地震に強い石垣のつくり、舞妓の白いドラン（ろうそくの灯りで美しく見える）の話などは興味をそそる。
- 欧米では、「かもめのジョナサン」は東洋思想の象徴として知られている。西洋の合理主義では割り切れない時代になってきたので、日本人的な思想、解決方法を知りたがっている。
- インバウンドで有望な市場はアジアではなく欧米系。長期スパンで考えた方が良い。
- 中国人に日本で買い物をしてもらうことを考えているようだが、それよりも日本を感じてもらうことに力点を置いた方が良い。誘客するために補助金を付けたりする事業は、補助金がなくなると同時に観光客が来なくなる。
- 日本国内で中国人の招請ツアーが多くなると、提案を受ける側の中国のエージェントも辟易するので、差別化を図るべき。
- 平成21年はユーロ高の影響でスペイン、イタリアが多かった。スペイン、イタリアはフランスと好みが似通っており、特に若者は建築が大好き。また、小さい頃から日本のアニメを見て育っている人が多い。

#### (ターゲットとしての日本在住の外国人)

- 地道にファンを増やすべき。大きなお金をかけられない時代。
- 東京には、海外からの駐在員の奥さんなど外国人女性の会（会員 600名～700名）がある。休みの日は東京から脱出したい人が多い。奥さんの集まりなので、地方で地元料理の講習会など手配してもらえば人が集まる。そういう意味で、在日外国人の旅行担当を招待して、お祭りに参加させたり、地元料理の講習会をやったりすれば、次の年には50人ぐらいのグループで来てくれる。そして5年経って帰国する時には後任へ引継がれ、この季節にはこの地方へ行った方が良い、ということに繋がる。
- 米軍基地の横田基地も月1回は20～30人のツアーをやっている。また、大使館にもレク担当がいる。

#### (東京での中国地方に関する情報提供)

- ・マップは大歓迎。各県、市のマップも欲しい。四国運輸局が四国のマップを作ってくれたことは良かったが、中国地方は少ししかもらっていない。東京であれば中国地方ぐらいの範囲のマップは欲しい。
- ・マップは各県単位で作るのではなく、広域マップと各都市の持ち歩きマップの2種類が必要。英語と日本語の併記で、ランドマークとモデルコースが入っていると良い。持ち歩きマップはお金をかけなくても良い。手書きのものでもよく、各都市で規格は統一しておいた方が良い。費用をかけずに簡単にできる。
- ・日本に来た人は、友人、知人の薦めが多いので、満足してもらうことが大事。
- ・JNTOの情報は重宝されているが、改訂ができていない。
- ・外国人の日本での移動にレンタカー利用は増えている。運転自体に問題はなく、今後も伸びると思うが、問題は駐車場の場所が分からないこと、高速道路のインターまでのルートが分からないことなどである。レンタカー会社から高速道路のインターまでの地図が必要である。

#### (ウェルカムインについて)

##### ※ウェルカムインとジャパニーズイングループ

- ・ウェルカムインとは、言葉の問題から日本で低廉宿泊施設を予約するのに困っている外国人旅行者のため、地方の小規模な旅館、ホテルを含め外国人旅行者の受入に積極的な施設をITCJが組織化したもので、外国人旅行者へ無料で情報提供と予約支援サービスを提供している。
- ・ジャパニーズイングループとは、訪日外国人客に日本旅館の良さを充分に感じてもらい、家族的な宿泊施設で滞在してもらう為、低廉な料金で家族中心になって迎える旅館、及び宿泊施設で結成したグループ。

- ・山陰には、ウェルカムインに登録している宿が少ない。ウェルカムインは海外から予約できるので、登録したほうが良い。ウェルカムインには、英語が出来なくても受付を代行しているサービスがある。
- ・宿泊施設は、シーツ、トイレ、バスルームの清潔感が一番。英語ができないことは問題でなく、歓迎する気持ちが重要。
- ・萩や松江の宿泊施設には、是非ウェルカムインに登録して欲しい。外国人観光客は宿泊施設を起点に半径100kmぐらいの範囲を行動する。
- ・外国人観光客に宿泊してもらうには、1泊2食付ではない方が良い。素泊まりでも受け入れて欲しい。根津の澤の屋は、口コミで外国人観光客の間によい宿として広まっているが、食事は近所の居酒屋、風呂は銭湯を利用して、日本人と同じ扱いをしている。それが彼らにとって嬉しいようだ。
- ・宿泊施設は、知名度を向上させる取り組みをしていない。まずはウェルカムインに登録することや、1人の旅行者を地域ぐるみで歓迎することからはじめてはどうか。

#### (案内所の機能について)

- ・案内所に求められることは、歴史や自然、土地の食などの情報をすぐに提供できること。
- ・広島県でも他県のことを紹介してもらいたい。他県の情報を共有してもらいたい。案内所同士でPRしあうことは重要。
- ・案内所スタッフは、3年ぐらいを育成期間と考えた方が良い。ボランティアの人でも熱心な人がいる。熱心な人を雇うことも重要。
- ・会津若松の案内所は維持費700万だが、そのうち人件費に400万をかけている。
- ・地図やパンフレットは手づくりで十分な部分がある。無駄なお金を整理することが大事。
- ・Vネットワークの目的として、案内所のスタッフ同士をつなぐことがある。同業の連携のための研修も実施している。
- ・ジャパニーズイングループのネットワークは機能している。宿泊を希望する宿が空いていない場合、空いている宿を紹介している。
- ・案内所のマークについては、アメリカは「?」で、ヨーロッパは「i」。どちらでもOK。どっちでもわかるだろう。

#### (広域連携組織について)

- ・広域連携組織として、九州が一番機能している。旅行会社がツアーを企画したいという時でも、すぐにモデルルートを組んでくれる。組織が大きくなった時は、それぞれの役割と各機能の分担が重要。最初は成功事例を作るしかない。
- ・パンフレットや地図は、誘致用か着地用かを考えて作る必要がある。イメージを作るのは誘致用。JNTOに分厚い冊子を送ってくれることがあるが、重たいと費用がかさみJNTOの海外事務所に送れない。場合によっては、イメージを伝えるだけで良いこともある。
- ・中国人相手に、「中国地方」は名前としてどうかということについて、近畿2府6県も、「kinki」という英語は悪いイメージなので、「Kansai」を使用している。ただ、外国人観光客は「Kansai」に来るわけではなく「Kansai」というエリアに来るわけではないので、協議会などの名称が必要であれば、「Tottori, Shimane, Okayama, Hiroshima and Yamaguchi Tourism Mission」などのように名前を並べれば良い。

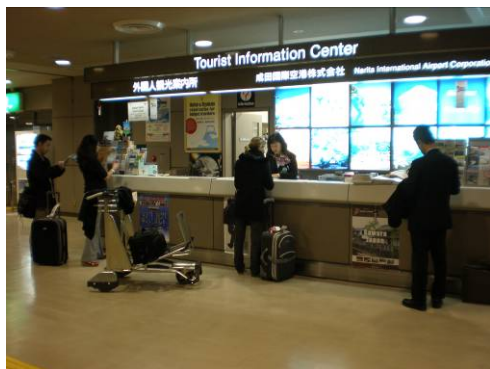


## (2) 成田空港

日時：2009年12月4日（金）15:00～16:00

対象：財団法人国際観光サービスセンター（ITCJ）

成田国際空港外国人観光案内所



### (旅行者の動向)

- ・利用者はビジネス客や在住の人もある。アメリカ人が一番多い。韓国人も多かったが、最近では減少傾向にある。それ以下は香港、台湾、中国、オーストラリアの順。
- ・スペイン、イタリアは絶対数はそれほど多くはないが、最近目覚しく増えている。FinAirがヨーロッパのどこからでも均一料金などを設定したこともあり、安いチケットで日本に来やすくなったようだ。行きたかった国が身近になったということがある。また、フランス、スペイン、イタリアはアニメーションに興味がある。ドラゴンボール、セーラームーン、イニシャルDなど、アニメを見て育った世代。
- ・ジャパンレールパスを持っている人が多く、パスを使って日本国内を目一杯回りたいと思っている。
- ・訪問場所は、東京、京都、大阪、高山が多い。なぜ高山かというと、お買い物が出ることがポイント。駄菓子屋などがあり、お土産ものや食べ歩きができるということで人気があるようだ。日本の商店街はアジアの人には受ける。
- ・アジア系には古い町並みは受けない。テーマパークやショッピングに興味がある。アジアは文化だけでは呼べない。古い町+食やショッピングが必要。
- ・温泉はアジア人好み。欧米系には熱過ぎる。
- ・細かい質問や突っ込んだ話があるのは東京だけ。
- ・アジアは自然景観（奥入瀬など）、火山地形（大涌谷、有珠山など）、温泉（東北など）に興味がある。温泉は韓国人や香港人。韓国人は山登りも好き。

### (中国地方に関する問い合わせ)

- ・広島、宮島に関する問い合わせは必ず週2～3回ある。その他、萩・津和野、秋芳洞、しまなみ海道などの問い合わせもある。直島（香川県）は欧米系に聞かれるこ

とがある。

- 大阪から広島までの間の観光地を質問されるが、新幹線沿いにある倉敷をオススメしている。倉敷はアジアにも欧米系にも受ける。
- 主な行き先は決めているが、その他はあまり細かく決めていない人が多い。
- 広島は平和公園、宮島について質問があり、宿泊予約とパンフレットなどの情報を提供している。食べ物などの詳しい情報は聞かれない。
- 中国地方の観光は広島を起点としてはどうかと思う。アクセスの面から新幹線で行けるとところが拠点になる。
- 成田の案内所には広島市と宮島のパンフレットを置いている。加えてJNTOの情報があるが、広域の路線図とまち歩きマップが欲しい。中国地方の地図の裏には路線図が欲しい。
- 路線図や地図については、日英併記程度で良い。中国語の訳だと固有名詞の訳が違うことがあるし、地名が日本語表記なので、日本語で書いてもよさそうだ。ただ、観光資源の説明などは各国語対応があっても良い。
- 中国地方などの地方名は浸透しておらず、都市名で問い合わせはある。

#### (成田空港での案内内容)

- 成田の案内は交通案内が1番多い。
- 2番目は交通パス（乗り放題のチケットなど）。路線図はせめてその地域だけでも欲しい。フリーパスが動きやすいので一番良い。循環バスはあるだけでなく、いつでも乗れることが大事。
- 3つ目はATM。日本の銀行はセキュリティが厳しく、海外発行のクレジットカードが使えないところもある。シティバンク、郵貯、セブン銀行などが対応している。
- カード利用については、現金オンリーでカードを受け入れていないところが多いのが現状。あとは、個人の限度額設定の問題もある。タイの人など1回の限度額が低い設定になっていることがある。
- 国際電話のダイヤル方法が分からないという問い合わせもある。
- 日本の携帯電話はシステムが違い、SIMだけの交換ができないため、携帯電話のレンタルはけっこういる。昔はビジネス客だけが利用していたが、今は皆さん借りられている。
- パソコンを持ってきていて、Wi-Fi ポイント（ネット接続が可能な場所）を知りたい人もいる。
- 宿泊の斡旋はウェルカムイン（外国人向け宿泊施設ブック）に載っている宿泊施設を紹介している。外国人を受け入れたくない宿泊施設もあるので基本的にウェルカムインに掲載されている施設を紹介している。
- レストランはミシュラン効果で和食ブーム。和食の冊子は必ず手に取ってくれる。
- 農林水産省が作った「Tasty Secret」は飛ぶように無くなった。

- ・外国の人にはディスカウントしてくれるようなお店を紹介して欲しい。
- ・お買い物はアニメグッズなど。アジア系はキャラクターグッズがわりと好き。小さくてかわいいものが人気。
- ・情報はどんどん詳しいものが求められるようになってきて、アウトレットなどについても、場所の情報だけでなく、どのようなブランドが入っているかの情報が重要。

#### (案内所の運営体制)

- ・案内所は第1ターミナルと第2ターミナルで6人体制。朝夕は2名ずつで、通常3名ずつが対応している。9:00~18:00。スタッフは派遣で対応している。
- ・スタッフは16人。対応言語は英語だけで、困ることはない。
- ・資料は各国語があれば嬉しい。英語、韓国語、中国語、その他スペイン語があると良い。
- ・成田空港の案内所としては充分の広さがあるが、パンフレットの置き場があればもっと良い。
- ・もう少し予算があれば正社員を雇えるが、難しい。
- ・運営は成田空港からの委託で行っており、派遣の人で運営している。給与面で不満があるので、せっかく能力のある人が来ているのに辞めてしまう。
- ・小田急は留学生を使っており、在住の外国人などは良いが、日本の文化の紹介が難しく、また地名が読めないという短所がある。それぞれ一長一短がある。

#### (外国人が使いやすい地図や案内表記)

- ・地図などでドイツ語の地図などがあるが、道路の表示が英語なので英語の方が使いやすいといわれる。
- ・案内所には日本全国の冊子があるが、常時設置はできない。地下に倉庫があるが、満杯状態。預かりたいが、断っている。
- ・日本では地図がないと個人旅行者は移動できない。広域地図と詳細地図が必要。また、ランドマークと日英併記が必須。
- ・自治体のパンフレットは交通案内が無いものがある。〇〇~〇〇間、〇分、〇円という情報がないと使えない。
- ・観光資源の紹介だけで、地図が無いパンフレットもあるが、使いにくい。
- ・最寄り駅から〇分という情報と、日本語と英語の住所表記を示しておけば、わからなかった現地でも聞いてもらえる。
- ・電子データではなく、印刷された地図が欲しい。広げれば全体が見えて、折りたたむことができるような歩行者用の地図。
- ・「Fuji」のパンフはよくできているが、ここに載っている程度の交通情報は欲しい。
- ・案内表示については、場所に行くまでの表記が問題。ある程度英語があれば良い。
- ・マップ等は、紙質にはこだわらないが、きれいなもの、カラー写真が載っているものの方がとってもらいやすい。

### (交通パス)

- ・都内は地下鉄移動がメイン。都営+東京メトロ+JRの1日券が1,580円。パスモやスイカを使う人も多い。JR東日本が片道の成田エクスプレスとSuica(2,000円)のセットを外国人向けに販売している。3,500円。
- ・ジャパンレールパスについては欧米系の7~8割は持っているという印象。アジア系はNEX+Suica利用が多い。

### (香港・台湾からの観光客の特性)

- ・香港や台湾は情報が早く、細かい最新情報までが雑誌に載っている。バス乗り場から行き先までを写真に撮って掲載しているものもある。NEX(片道)+Suicaとリムジンバス(片道)+メトロを使うと成田空港往復に便利などの情報も載っている。
- ・香港や台湾は都会派で、ショッピング、温泉、グルメに興味がある。ショッピングについては、香港や台湾でも売っていると思うが、日本では同じブランドでも売っているものが違う。日本の品質が上で、売り方にも高級感があるというイメージ。日本でしか買えないもの、日本ブランドで海外にまだでていないものに興味がある。
- ・香港や台湾の人はインターネットの情報はすごく見て来ている。案内所に寄って聞くのではなく、案内所ではマップを取るだけ。
- ・香港や台湾の人は日本のサイトも見る。ヤフトラベルで宿泊予約をする人もいて、そういう人は案内所で予約が確定しているかどうか確認したいという人もいる。
- ・彼らの欲しい情報は最新の情報。中国語の情報をネット上に作成するのは良いが、頻度の高いアップデートが必要。
- ・地球の歩き方が出している「Good Luck 東京」というフリーペーパーがある。アジア向けの内容になっている。

### (外国人観光客のニーズ)

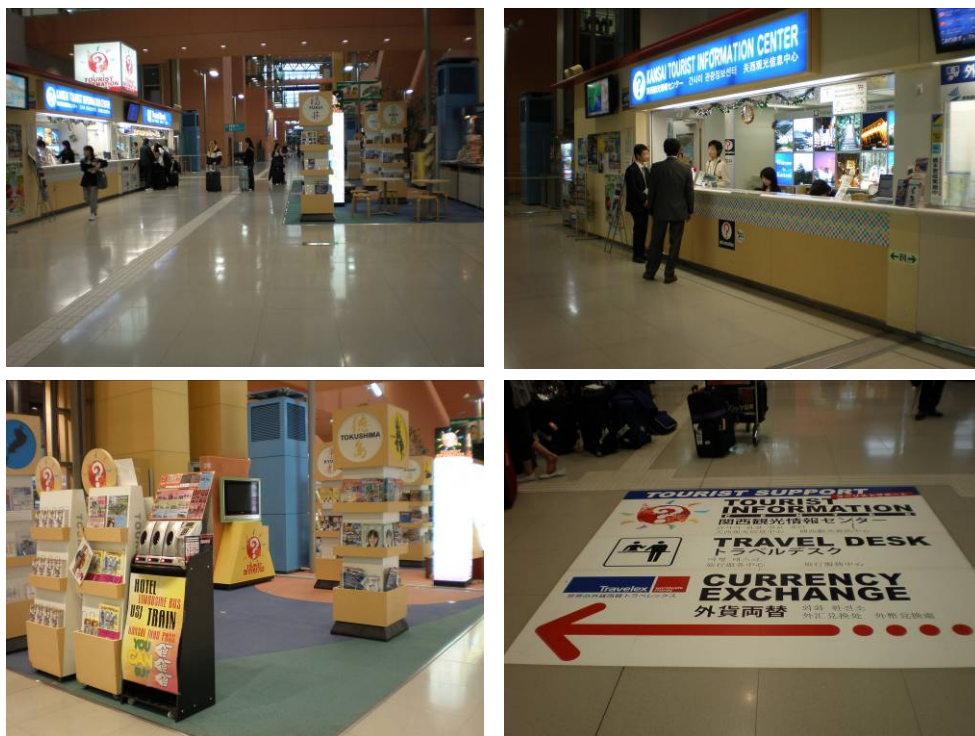
- ・韓国の人は登山が好き。登山目的で来る人もいる。
- ・和食はどこの国の人も好き。回転すしでも良い。
- ・中国の人は神戸ビーフという。
- ・松江や出雲大社は欧米系。京都の地主神社は縁結びの神様として台湾の人が来ている。東京の神社のご利益一覧をスタッフで作った。
- ・お寺より神社。正式なお参りの仕方を知りたがっている。テレビやアニメーションで、神社でお参りをしているシーンがあるようだ。
- ・アメリカ人は焼き物体験など体験ツアーを好む。茶道や着物のコスプレ。着物は嫌いな人はいない。着物は洋服の上から着て写真を撮るぐらい、羽織るぐらいの簡単なものでも良い。

### (3) 関西空港

日時：2009年12月3日（木）16:00～17:00

対象：財団法人国際観光サービスセンター（ITCJ）

関西観光情報センター



#### (案内所の状況)

- ・2004年10月にリニューアルした。人件費、テナント料、資料室料などは、関西空港開港当時（1994年）から、大阪府の観光課を事務局とする15の自治体の負担金で運営されている。分担金の額は関西空港からの距離と来訪者数で分配されていて、大阪府、大阪市、京都市が中心になっている。
- ・負担金は少ないところで年間100万～200万。
- ・案内所の運営は常時2名体制で、6～8名でまわしている。案内所自体は年中無休で、それぞれ4勤2休（4日勤務した後、2日休む）が基本の勤務パターン。
- ・案内所は、4～10月は朝早い便があるため8:30～20:30の12時間。11月～3月は9:00～21:00の12時間。
- ・スタッフは長い人は9年続いているが、1～3年で辞めてしまう人が多い。給与が安いので、結婚している人（配偶者が別に職に就いている人）でないと続かない。
- ・スタッフは、英語が話せることが基本的な条件。英語さえできれば、だいたいの対応はできる。英語+αとして、他言語が話せると採用されるが、英語以外の言語だけでは採用できない。
- ・運営費は足りているが、観光サービスはきりが無いので、良くしようと思えばいく

らでもできる。

- ・問い合わせが多い内容で、情報が不足しているものについてはスタッフが情報を手づくりするが、スタッフが足りないと感じる。
- ・J N T Oは人も多くて情報も集まってくる。発信もしてくれるので、情報の作り方は参考になる。
- ・案内所のスタッフ同士、大阪市のスタッフ、京都府のスタッフと面識を持つことは重要だと思うが、今のところ集まりはない。お互い知っていれば気楽に言えるようになる。日帰りの集まりでよいので、集まる場所をつくれればよいのと思う。
- ・スタッフの研修が足りないという悩みがある。もっと研修に行かせたい。関西圏は広いので、福井についての質問などには答えられない。
- ・スタッフの中で、通訳ガイドをやっている人が3人いる。うち2名はベテランで、案内所がオフの時にはツアーで接客している。通訳ガイドの利用が少ないので、案内所スタッフをメインでやっている。
- ・案内所スタッフの給与は少ない。小遣い程度で、扶養に入れるぐらい。元ノースウエストの職員や、元英会話の先生などがスタッフにいるが、結婚している人でないと給与面で難しく、なかなか人材確保ができない。
- ・J N T Oからお金が来るわけではない。J N T Oからの情報もウェブサイトが中心になったため、紙の情報は極力減らす方向になっているようだ。
- ・携帯電話レンタルの問い合わせは多いが、携帯のウェブサイトを使う人はまだ少ないのではないか。
- ・今の案内所の情報スペースは広くてよいが、広すぎる面もある。15府県市の情報が集まるが、各自治体のラックを関空会社が勝手に作ってくれて、そのラックを埋めるのが大変なところがある。

#### (案内所で提供可能な情報内容)

- ・資料は250種類。全ての在庫管理をしている。協議会のメンバーで分担金を支払っているところのパンフレットは置くことができるが、その他の地域は問い合わせに対応できるように裏に置いている。営利目的のチラシなどは置けない。
- ・パンフレットとしてはatt-japanなどの情報冊子は人気がある。
- ・京都や大阪の情報は多言語で種類も豊富。三重や福井の情報は少ない。要望が少ないので。
- ・民間の印刷会社が3年前からやっているT a b b yという新しい情報提供の仕組みがあり、名刺サイズのカードを多言語で作成し、クーポン付きで提供している。日本人に好評でよく使われている。冊子にするのではないので、更新性はある。
- ・広島情報は、広島市の観光協会から送ってくれている。カウンターの中に広島コーナーを設置している。

#### (案内所の来訪者数)

- ・利用者の統計データをつくるのにあたって、案内所利用者にはできる限り国を聞くようにしている。
- ・基本的に案内所に来るのは個人客だが、アジアが増えていると感じている。欧米系は減っている。団体客はすぐにバスで出発するので案内所には来ない。
- ・ロシアの人もいるが、データとしては「その他」扱い。ウラジオストク便はあるが季節運航。
- ・最近、スペインの人や北欧の人が増えている。
- ・外国人観光客は、飛行機の値段や現地でのガイドブックの紹介など、ちょっとした要素で増加する。
- ・中国人の個人客（小団体、10人以下）は増えている。中国人は1回行った所には行かない傾向があるので、2回目以降は違うところに行きたいと思うはず。

#### (案内所での問い合わせ内容)

- ・基本的には京都、大阪を中心に関西のことを聞かれることが多いが、東京についての問い合わせも多い。広島についても聞かれることが多いので、マップ等は自由に取れる場所には置いていないが裏に在庫として置いている。
- ・マニアックなことや行ったことがないところなどについて、その場で答えられないこともあるが、マップやパンフレット、ネット検索結果のプリントアウトで対応している。
- ・空港ではあまり深い質問は少ない。すぐに動き出したいので、アクセスの質問が一番多い。京都で一番良いお店はどこか、などの質問は京都で聞いているのではないか。
- ・プランを立てていない人も多い。特に長期滞在の欧米系の人など。
- ・プランを立てていない人には、まずパスを持っているかを聞く。ジャパンレールパスを持っていれば広範囲に動ける。パスが無いと移動にお金がかかるので、近距離を案内することになる。そして、何に興味があるか、宿泊予約はしているかなど、条件を聞いてみる。全く白紙の人であれば、1人で1～2時間かかる人もいる。
- ・アジアは情報が氾濫しているので、マップとパスの情報だけですぐに動く。
- ・イベントカレンダーはA4の1枚ものをスタッフで作っている。イベント情報についてはJNTOが2年前まで作っていたが、作らなくなったので、自前で毎月のメインイベントだけをA4両面程度で作っている。
- ・JNTOの情報は全国の情報があるが、やはり東京中心で、広域的なものは少ない。
- ・北海道についてもたまに聞かれることはあるが、関西のみだと言えればわりと分かってくれる。
- ・アジアからの旅行者は、「関西」というような地方区分のイメージを持っている人も多いが、欧米系は地方区分のイメージは無く、東京、京阪神、広島、九州、沖縄などの地域名のイメージがあるだけで、中国地方、山陽、山陰という言葉はわから

- ・ 関空イン、成田アウトの人も多いので、東京のガイドブックは必ず置いている。福岡について聞かれることは滅多に無い。せいぜい広島まで。
- ・ 広島、宮島については、季節を問わず問い合わせがあり、行きたい人がいる。
- ・ 欧米系の方で、富士山を聞く人も多い。富士山に登りたい人もいるので、そのための情報をスタッフで作っている。
- ・ 香港、欧米系の人などで、レンタカーを使う人も増えている。リピーターの人が多いと思うが、天橋立や白浜などへも行っているようだ。
- ・ 中国地方では直島（香川県：宇野港からの航路がある）へ行く人も増えている。
- ・ 台湾や香港などアジアの人は、ゲゲゲの鬼太郎なども知っていて、鳥取の事を尋ねる人もたまにいるが、人数は少ない。

#### (外国人が使いやすい地図、表示)

- ・ 路線図入りの地図をITCJが作っており、使いやすいものになっている。鉄道で移動することの多い個人旅行者に対しては、路線図入りが使いやすい。普通の地図は使われない。
- ・ レンタカーの人は道路地図が必要だと思う。
- ・ 関西15府県の広域マップは、英語30,000部、韓国語と中国語は各20,000部作成し、3年に1度更新している。
- ・ 大阪市の作っているマップは良いので、いくらあっても足りない。全体図と路線図と詳細が載っている。京都市観光連盟のマップもよく、英語版は月に400~500、中国語や韓国語版も月に200程度が出る。
- ・ 案内看板については、たどり着くまでの看板が必要。最低英語と日本語があれば良い。中華系は日本語で書いてあってもある程度わかる。

#### (交通パス、移動手段)

- ・ 交通パスについての質問は非常に多い。
- ・ 「スルッとKANSAI」についてがトップ。特に韓国人の需要が多く、「スルッとKANSAI」の販売の7割は韓国人。どこで買えるかという質問が多い。「スルッとKANSAI」は案内所の隣のJTBで購入することが出来る。「スルッとKANSAI」は、大阪市コンベンションが事務局となった協議会が運営しており、私鉄と関西電力がメンバーに入っている。
- ・ 2番目に人気なのは1日2,000円の「大阪周遊パス」。
- ・ 交通パスはロンリープラネットに掲載されているので、欧米系の旅行者も買う人が多い。
- ・ 「JRウエストパス」もあるが、京都に行く人には1日券がすごく得になるので、ジャパンレールパスを紹介している。「JRウエストパス」は、広島まで行きたい欧米系の需要がある。



- ・ アジアからの旅行者は2～3泊が多いため、「スルッとKANSAI」で充分だろう。
- ・ 「スルッと KANSAI」は、JRと私鉄の違いがわからない人もいるかもしれないが、切符を買う手間が省けるので利用者が多く、韓国人は10人中8人が利用する。
- ・ 京都は京都市バス1日乗り放題がある。
- ・ アジアの人は「スルッとKANSAI」の利用できる範囲で動いている。好きな3日間を選べるのが良い。もっと広範囲の交通パスがあれば、その範囲で動いてくれるのではないか。
- ・ バスの利用は、東京行きの安い交通手段として若者が使うぐらい。大阪ー東京間が5000円というバスがある。

#### (宿泊手配)

- ・ 宿泊の問い合わせもある。宿泊がない人には、ウェルカムインに登録しているところだけ斡旋できる。JNTO、関西空港、成田空港(第1、第2)、京都駅9Fの5箇所では予約サービスがある。ウェブ上でも、登録すると、予約可能。関西空港案内所でもカウンター横のパソコンで登録してもらっている
- ・ 予約した場合は、予約票と行き方などの資料を渡しているが、案内所で金銭のやり取りはしない。
- ・ ウェルカムインの年会費は20,000円。ウェルカムインの冊子を年間数万部作っているのだから、宣伝にもなる。京都と大阪の旅館が多い。値段が高いところもあるが、家族経営のところもある。ウェルカムインの登録条件は、素泊まりでシングル8,000円以下、ツイン13,000円以下の部屋が1室あることが条件。
- ・ ロンリープラネットにも個別の宿泊施設の情報は載っているが、ウェルカムインについての案内も載っている。
- ・ 京都の清水寺近くの「リキヤ」などが人気。安さで言えば、中央ホテル系列で大阪市西成区に2,000円ちょっとの宿泊施設がある。
- ・ バックパッカーの宿も載っている。Jホッパーズも載っている。

#### (食に関する情報提供)

- ・ 欧米系はあまり食事については聞いてこない。アジア系はお寿司、ラーメン、神戸ビーフなどについて聞かれる。
- ・ 案内所スタッフが、ラーメンマップとたこ焼きマップを作っている。
- ・ 京都はグルメマップを作っている。大阪は民間がマップを作っている。民間業者も協賛メンバーになっていれば案内所にマップを置くことができる。マップには銀聯カードの取り扱い店情報やトイレ情報なども入っている。
- ・ 民間のマップについては、お客さんの反応などを聞きに来るので、使いやすさなどの反応を伝えることで、より良いマップづくりにつながっている。

#### (中国地方へのアドバイス)

- ・ ネット情報として、中国語の充実が必要。中国地方についてのガイドブックの発行

- も必要で、まずは知名度を上げることが重要。
- きっかけとしてドラマやテレビなどに取り上げられるといい。
  - 地図や交通パスだけ作っても駄目で、案内所の人材確保、人材育成にお金を使うべきだろう。また、交通拠点、特に駅の案内所は、17時までとかではなく、20時、21時まで開いているようにするべき。
  - マップは1枚ものが欲しい。地図だけコンパクトなもの。マップには詳しい観光情報はいない。ネット上の情報はバラバラでわかりにくいことがあるので、コンパクトにまとめたものが欲しい。

#### (4) 高山 (岐阜県)

日時：2009年12月16日(水)

対象：高山市商工観光部観光課 11:00～12:00

飛騨高山観光案内所 13:00～14:00



路面埋込型案内版

#### (現地を視察した感想)

- ・ 飛騨高山観光案内所は、JR高山駅改札口(1箇所)の正面・バスセンターの隣にあり、公共交通機関で訪れる旅行者に対する利便性が高い。
- ・ 市内を周遊する観光客対象の案内板は、4ヶ国語(日本語、英語、ハングル、中国語繁体字)で所要に設置してあり、主な観光施設への案内板としては十分である。さらに、制約面から看板を設置できない場所については、歩道に埋め込み式の案内版で対応している。
- ・ 地元の商店に人たちは、観光客の質問にも気軽に受け答えしており、おもてなしの精神が地域全体に根付いている感がある。

#### <高山市>

##### (ゴールデンルートから外れる高山市への行程)

- ・ 高山市には大勢の外国人観光客が訪れてくるが、高山市から諸外国へ積極的にPR

しているわけではない。名古屋－高山間の移動時間はJRで2時間かかるが、欧米系の感覚では大した距離ではないようだ。外国人観光客が高山市を訪れる前後の動線は把握していないが、聞いた範囲では、JRで高山から名古屋へ戻り、京都や大阪方面に移動している。

#### (外国人対応の経緯)

- ・ バリアフリーのまちづくりということで平成8年から、障害者の方や外国人の方にモニターとして自費で高山に来ていただき、高山市の良い点や不便な点を聞くツアーをずっと開催している。そうした声を反映して、JR高山駅の前に観光案内所を設置し、情報を手話や音声、外国語、英語での表記により、お客様の利便性に努めている。

#### (推進組織)

- ・ 官民一体となった観光推進組織として「飛騨高山国際誘客協議会」を設立した。民間の方々と一緒に、海外プロモーションとしてブースを出展し商談会を開催、さらにエージェント訪問をしている。海外出展は、近場でより効果の高いところということで動いている。欧米まではなかなか行けない。

#### (広域連携組織)

- ・ 周辺の自治体と2つ広域観光の協議会を作っている。
- ・ 1つが岐阜県の北部、高山市、飛騨市、下呂市、白川村の3市1村で構成している飛騨地域の広域の協議会。平成4年の設立で主なターゲットはアジア方面。例年韓国方面でプロモーションを行っている。
- ・ もう一つが岐阜県を飛び越えて長野県の松本市、石川県の金沢市が入った松本・高山・金沢・白川村誘客協議会。これも平成4年から、シンガポール、タイ、香港を中心に、各自治体が狙っていききたい最大公約数の所で海外プロモーションを実施している。
- ・ ターゲットとしているシンガポール、香港の観光客の数は、VJCのキャンペーンによって国全体が上がってきているという部分の影響ももちろんあると思うが、年々右肩上がりが増加している。VJCで重点地域とする12カ国ははずさずに、狙いながらやっている。相乗効果として現れてきていると思う。

#### (案内所の運営、問い合わせ内容)

- ・ 具体的な高山市としての取組として、ビジット・ジャパン案内所があるが、i案内所として昭和62年にスタートしている。案内者数の推移を見ると、日本人の観光客も増えているが、特に外国人の案内件数が平成16年と20年を比較すると倍増している。
- ・ 外国人観光客が増えている理由のひとつは、案内板にあると考えている。昭和63年に国際観光都市を宣言した時から取り組みで、4言語による案内看板の設置を進めてきた。現在40箇所を設置しており、一部立て看板が立てられない所は、路面埋

め込み型で対応している。日本人の観光客は下を見ないが、外国人は足元にも注意しているので気付いている。

- ・案内所機能は、設置後、特別に強化していない。案内所はもともと飛騨地域の広域の案内所ということでスタートしている。高山市のほか、各自治体も費用を負担しているが、管理は高山市観光課が行っている。運営面でも職員4名（嘱託職員を含む）の人件費、建物賃借料（JR東海）、高熱水費を高山市が負担している。
- ・広域で運営している案内所なので、周辺地域（上高地や乗鞍など）についても案内している。問い合わせ内容は高山市内の観光地に留まらない。回りの自治体に対してもそういう状況を説明している。欧米人観光客は、高山に来てから路線バスで白川郷を訪ねる方が多い。
- ・問い合わせ件数は15,000件（2008年）あり、大半は観光全般についてのもの。内容は、散策マップなど印刷物・交通関係・宿泊・食べ物についてが中心。案内所を訪れる外国人観光客はミシュランガイドや、ロンリープラネットで一通り下勉強をしている。宿泊も基本的にはネットで予約しているので、ガイドブックに掲載されていない情報など、プラスアルファについて聞かれることが多い。国別で多いのは、香港、台湾で外国人観光客の6割がアジア系。アジア系の7割ぐらいが台湾の方。台湾の方はバスツアーで来る傾向があり、温泉も好まれる。香港の方は個人旅行が多いので、問い合わせも多い。ジャパンレールパスで高山を訪れ、最初に案内所に来る方が多い。

#### （高山市の国別外国人観光客）

- ・香港の旅行者は、8割が海外旅行の経験者で、団体旅行より個人旅行が多い。
- ・高山市を訪れる外国人観光客は、東アジアが多く、タイ、シンガポールも多い。これらの地域は、今後強化しなければいけない地域だと思っている。
- ・来訪者数で見てもタイは意外に多く、19年4000人、20年は倍増で韓国を上回った。台湾はダントツに多く、香港、韓国、タイが6000～8000人台。
- ・平成20年は、日仏交流周年に合わせてプロモーションでフランスに2回行き、高山のPRを行った。また法務省の自治体国際化協会に職員を1人派遣している。通常、県・政令市レベルで派遣するのだが、たまたま高山市から派遣しているので、フランスの情報を収集したり、PRをしている。
- ・西欧では、フランスからの観光客が増えている。その他、ドイツやイタリアも増加している。外国語のパンフレットで作成しているのは、英語、中国語（繁体字、簡体字）、ハングル、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語。入り込みの多い国からパンフレットを作っている。
- ・パンフレットは、駅前の案内所、さんまち案内所（高山市の観光地内にある案内所）に設置しており、英語の次はアジア系のものが利用されている。ヨーロッパではフランス語がよく出る。ドイツ、イタリア、スペインはぼちぼち。

- ・ホームページでは、昨年、ロシア語とタイ語を作成した。日本語のホームページに比べると若干内容に乏しいが、高山の概要、歴史文化、アクセスなど掲載している。ホームページは日本語を除いて11言語で作成している。外国語のアクセス数は圧倒的に英語が多い。

#### (地域の受入体制)

- ・パンフレットやホームページなどはとりあえず作ったというだけのもの。ホテル、旅館、レストランで外国語のメニューやパンフレットを作成するための助成は平成21年4月からスタートした。現在、5軒が活用している。例えばお寿司屋さんのメニューに英語、中国語を加えたことで外国人も来店している。お店も2階部分を座敷からテーブルと椅子席に改装するなど、自発的に動いていただいている。
- ・外国人の受け入れマニュアル作成について、「もてなしの匠心得帳（過去に作成した資料を平成20年3月統合してリニューアル）」というものを作った。これもバリアフリーの考え方と同じで、障害を持っている方への接客、外国人の方への接客について、市内の事業者のへ配り、併せて研修会も年一回開催している。事業者の方が現場で接しているが、今一度復習の意味も兼ねて、例えば宗教の違いで食べ物や習慣が違うこと、おおまかな国民性の違いなど、受け入れる側として知識を持っていると接客の際に役に立つだろうと考えている。
- ・ただし、マニュアルは市内の観光施設全部に行き渡ってはいない。宿泊施設には組合を通じて配布している。
- ・研修会は5年前から始めた。外国人観光客が伸び始めたのは平成15年ぐらいから。それまでは年間3～4万人程度で、受け入れ自体を拒む事業者もいたし、今もある。こういう啓発資料、研修会を経て、少しずつ対応を変えていただいたのはありがたい。先ほどのお寿司屋さんのように、メニュー表記を変えてみるとお客さんが来る。そうすると他の店も取り組むようになる。特に今は和風旅館にヨーロッパの方が泊まってみたいと言われることが多い。50歳、60歳の女将さんや店主も英会話を勉強してがんばろうという方がいる。日本人客が減ってきていることもあり、がんばろうということで追随してきている。
- ・成功事例の方が意欲につながる。テレビで取り上げていただくこともあり、そういうことの方が効果的。小さな民宿では英語がうまくしゃべれずトラブルになることもある。駅前の観光案内所に問い合わせ解決したこともあった。そういうトラブルをいかにつぶしていくかは課題。
- ・外国人の宿泊対応について、全部のホテル、旅館を把握してはいないが、大きなホテルでは1泊朝食のみ、夕食は市内の店でというケースが多い。旅館でも基本的には「1泊2食です」とご案内するが、1泊朝食のみや素泊まりの要望があれば応えるようにしている。

#### (中国からの旅行者対応)

- ・平成22年に上海万博が開催され、岐阜県が万博に出展するので、パンフレットを送ることなど考えている。特に中国の沿岸部の富裕層に対して、PRしていこうと考えている。高山市単独では予算的に耐えきれないので、協議会、V J Cの連携事業を活用したいと考えている。
- ・市内で銀聯カードに対応できる場所はごくわずかで、一部のホテルのみ。東京の百貨店で、50万、100万単位で買い物をされるケースと、地域で買い物をされるのでは違う。ただ市の特産品の中には高額な工芸品等もあるので、普及していきたいという思いはある。
- ・クレジットが使えないところもまだある。銀聯カードも導入したいが、まずクレジットを導入したい。課題として残っている。

#### (高山での買い物、食事)

- ・特にショッピング等のプロモーションを行っているわけではない。古い街並み（特に上三之町）にはお土産物屋、飲食の店が多く、高山の地のものが食べられる、工芸品が買える場所となっている。朝市では、高山の農家の人が自分たちで育てたもの、加工したものを販売している。日本人から見ると珍しくないものでも、まず伝えてみる。外国人観光客が興味を持ち、評判になれば口コミで広がっていく。みたらし団子、牛串など食べ歩きができたり、酒屋では地酒の試飲ができたりするなど気軽に接していただける取り組みを、地道にやっている。
- ・口に合わなければそれまでだが、昔からの郷土料理として、飛騨牛、朴葉味噌がある。飛騨牛朴葉定食として、飛騨牛に味噌をからめた料理を出している店があり、欧米系の方も好んで食べられている。漬け物は残される方がいるが、肉、魚、郷土料理の煮物はだいたい食べられる。工夫というより、とりあえず出してみる。それから考えるという取組。

#### (高山市の観光施策、周辺との連携)

- ・高山のインバウンドの協議会のやり方でいくと、こういうルートがあるからこの辺の自治体となら利害が一致してやりやすい、場合によっては県も含めて一緒にやった方がいいということで取り組むこともある。ただ、県の立場からすれば県下の自治体は平等にというスタンスがある。高山だけのスタンドプレーはできないので、やりにくい部分はある。県が入っているおかげで対外的なPRも幅がきくということもあるのでケースバイケースでやっている。飛騨地域の協議会も、昔は県も含めて動いていたことがあったが、財政事情で県がはずれたため、地元だけでやろうということが続いている。

#### <飛騨高山観光案内所>

##### (問い合わせ内容)

- ・季節ごとの変動もあるが、欧米系の方は、ハイキングのできる場所を質問される。

夏は上高地、穂高を案内することが多い。東アジアの方は秋以降、シンガポール、台湾、香港、タイなどから多く来られ、温泉に行かれる方が多い。欧米系の方ももちろん温泉に行かれる方は多い。夏まではアジアからの観光客でアルペンルートに行かれる方が多かった。

- ・ 白川郷は通年で問い合わせが多い。欧米系・アジアの区別なく、多くの観光客が訪れている。高山は、白川郷への起点になるし、温泉、自然が楽しめる所が観光客に支持されているのかもしれない。
- ・ 日本人は高山市内で何日も過ごさない。外国の方は高山を起点にしていろいろと訪問するので滞在期間が長い。

#### (白川郷について)

- ・ 白川郷にはバスで50分ぐらい時間がかかる。結構遠いが、たいていの観光客が訪問される。「ジャパンレールパスは使えるか」という質問を受けるが、白川郷にはジャパンレールパスを使って行けるルートはない。そこで、レンタカーを利用する人もいる。やはり世界遺産の効果は大きい。日本人の方も行かれる。
- ・ 白川郷のガイドで英語対応できる方は1、2名。合掌造りの民宿に泊まりたいと言う外国人も多く、受け入れていく中でなんとかコミュニケーションがとれるようになった。飛騨高山案内所では、外国人についてのみ、宿の手配をしている。白川郷の民宿のリストを作成しており、外国人受け入れ可能な宿を手配する。

#### (地元の受入体制について)

- ・ 基本的に受入側には海外の方に対する嫌悪感がある。英語ができないからだめという所もあるが、最近は受け入れるところが増えてきた。
- ・ トラブルとしては、予約しても連絡無しのキャンセルや、苦情に対する対応が英語でできないということがある。
- ・ 韓国の方などはすごく騒いだりするので、他のお客様から文句が出ることもある。

#### (高山の観光について)

- ・ 江戸時代の古い街並み(さんまち)が中心で、駅から歩いて10分ぐらいのところにある。桜山八幡宮の門前町も観光地。基本的には城下町で、外国人観光客が好む散策コースがあり、遊歩道になっている。寺町を通過して城址公園を散策される外国人観光客が多い。古い街並みを見ながら歩きたいというニーズが強い。日本人から散策コースを聞かれたことはない。
- ・ 朝市は2箇所が開かれる。あと、駅裏の飛騨の里という合掌造りの集落がある。バス10分、徒歩30分の距離で、外国人観光客の中には歩いて行く人がいる。
- ・ お店がたくさんある所なので、酒蔵で試飲されたり、お団子や牛串の食べ歩きをしたり、飛騨の里や高山祭屋台開館に行かれてほしい1日過ごす。
- ・ 温泉はホテルの中に天然温泉を持っているところが何軒かある。また奥飛騨の温泉に宿泊される方も多い。



- ・春と秋に高山祭が開催されるが、双方の神社・氏子・山車が違う。各地の地元が屋台倉を持っているが、保存は大変。
- ・ミシュランの三つ星になったのは、全体と、施設として白川郷、飛騨高山美術館。美術館は個人で運営されていて、ガレの作品などが常設されている。そちらに行かれる外国人観光客もいる。ロンドンバスは10月末まで走っている。それだけ乗りたいという人も結構おられる。
- ・冬場に雪の中の合掌造りを見たいという外国人観光客として、最近アジア系（台湾、香港）の方が増えている。まだ降らないのか、雪はどこに行ったら見られるのかという質問が最近増えて来た。今はスキー場や新穂高のロープウェーのあたりしか積もっていないので、そちらを案内している。
- ・観光客数は、夏が多く、寒くなると減少する。祭のシーズンと夏、紅葉のシーズンも多い。
- ・お土産はマスコット、食べ物、お面、版画が好まれる。

#### （国別の動向・対応について）

- ・スペイン、イタリア、フランスが最近増えてきた。
- ・地図は8カ国語用意している。対応言語は英語だが、中国人研修生（雲南省麗江市と高山市が友好都市で職員を相互に派遣）の出勤時は中国語も対応する。

#### （案内所の運営について）

- ・所長を含めて、冬場は4人体制で、夏場はアルバイト含め5人体制で運営している。案内時間は、4月～10月は8:30～18:30、11月～3月は8:30～17:00で、年中無休で案内している。
- ・忙しい時期（お祭り、ゴールデンウィーク、シルバーウィーク）は問い合わせが集中するので大変である。

#### （案内看板について）

- ・案内看板は結構文句が出る。一応表記はあるが十分でなく、わかりにくいと言われる。それぞれの施設・地面・看板にも英語の説明はあるが、分かりにくいところもあるようだ。

#### （移動手段について）

- ・循環バスがあり、古い街並み中心と飛騨の里に行くものと2系統ある。

#### （マップについて）

- ・マップにホテルやお店が詳しく載っているか聞かれるが、市の方針で特定のお店は載せられない。さんまちのお店の地図、グルメマップはないかということも聞かれる。高山ラーメンと飛騨牛については名物なので個別に地図を作っている。あとはタウン誌をご希望の方にお渡ししている。

#### （両替・カードについて）

- ・高山市内の銀行、郵便局ではインターナショナルカードが使える。

- ・銀聯カードが利用できる施設を見たことはない。

#### (宿泊について)

- ・白川郷の宿のリストを作っており、外国人の方のみ予約を代行している。
- ・素泊まりの方も多し。相部屋でもいいから、とにかく安いところというニーズもある。ホテルでも、宿でも対応する。
- ・外国人観光客はロンリープラネットを持っており、影響力がある。だいたいロンリープラネットに載っている宿に泊まりたい、場所に行きたいと言われる。掲載対象については、独自に調査されているようだ。

#### (案内所の研修について)

- ・案内所の研修会について、高山市や岐阜県独自の研修会は実施していないが、ビジット・ジャパンの研修には参加している。
- ・研修の資料など見るといろいろな意見が出ているので参考になる。電話での問い合わせをしたり資料を送ってもらったりしている。外国人観光客が高山で京都の宿を予約したいと言われることもあるので、そういう時に問い合わせたりしている。

#### (広域の案内について)

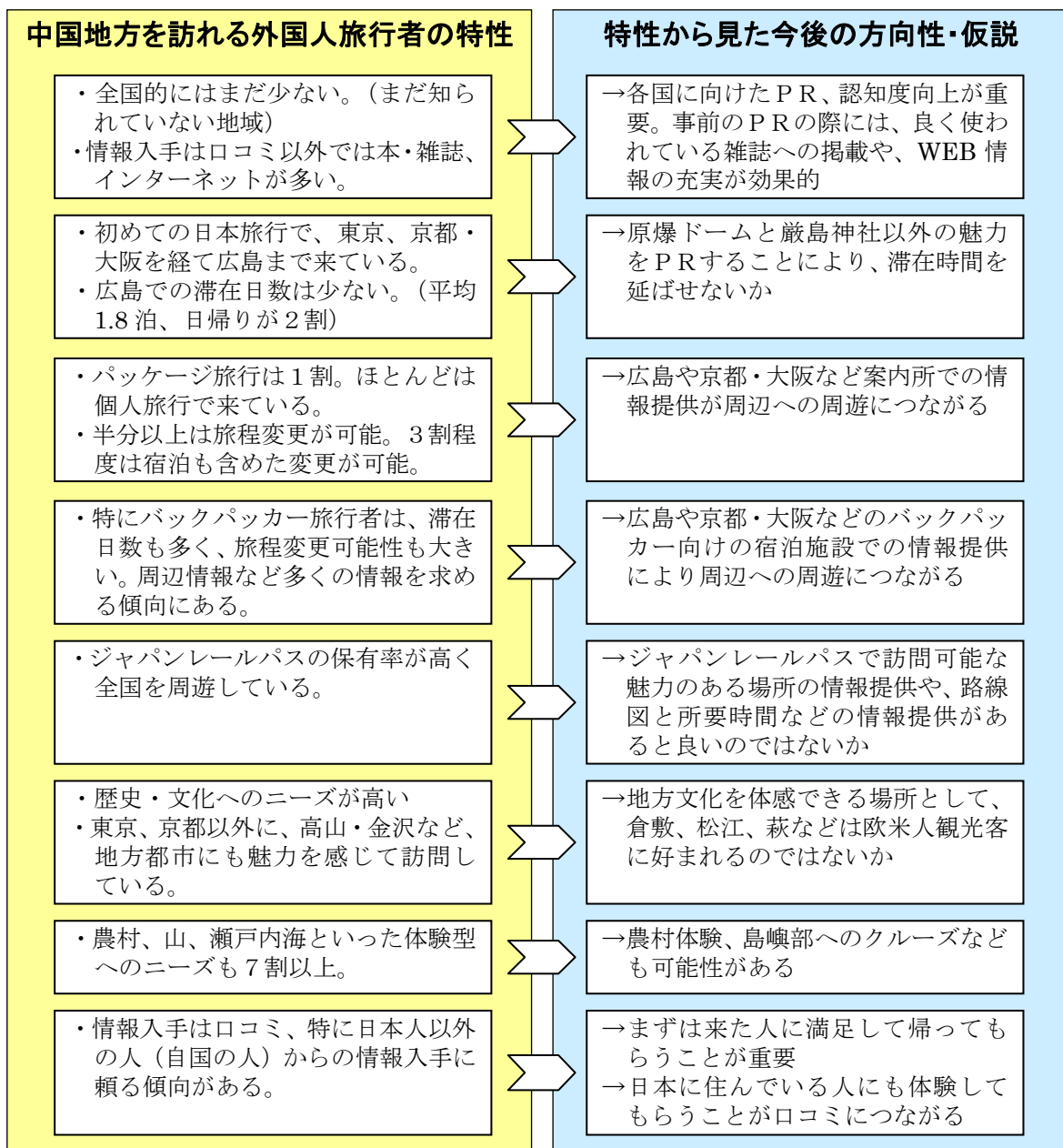
- ・金沢のことなど聞かれるが、スタッフに詳しい人がいないので、パンフレットを渡すぐらい。日本全国を旅行する人からは京都のことなども聞かれたりする。また時間がこれだけあるが次どこに行ったらいいかと聞かれることもある。広島について聞かれる方もいるが、詳しく知らないので行き方だけ説明している。
- ・金沢に行く人は多い。また東京への帰路や松本経由での行き先などを案内することも多い。
- ・名古屋は観光施設が少ないので、あまり問い合わせがない。伊勢志摩はたまに聞かれることはあるが、パンフレットはない。
- ・タイムリーな話題、パンフレットに載っていない祭や催しを英語版にして渡すことはない。質問を受けて、初めてインターネットで調べて案内するぐらい。人によっては長い時間対応することになる。聞かれて初めて調べることもある。むしろ観光客の方がよく調べている。

## V 中国地域内での周遊を促進するための方策の検討

### 1. 欧米系観光客の訪日旅行の特性から見た来訪促進方策

#### 1) 欧米系観光客の訪日旅行の特性と今後の方向性・仮説

全国に比べて割合が多い欧・米・豪の旅行者に対して、適切な情報提供を戦略的にを行い、中国地域を更に周遊してもらうことにより、受け入れ側の体制整備につなげ、継続的に外国人旅行者に対応できる地域をめざす。



## 2) 中国地域における欧米系観光客の来訪促進方策

### (1) 情報発信

#### ① 国外でのPR（国別プロモーションの強化）

- ・ 国別のマーケティング、及び各国のニーズに応じたPR
- ・ 旅行社の招請だけでなく、ロンリープラネットやミシュランなど雑誌社やテレビ局などの招請による各国でのイメージ形成、認知度向上
- ・ WEB情報の拡充（日本におけるホームページだけでなく、各国の観光情報サイトへの掲載によるイメージ形成、認知度向上）

#### ② 国内でのPR（国内・地域内での情報提供）

- ・ 東京、京都、大阪での情報提供の拡充（特にゲートウェイである成田空港や関西空港での情報提供）
- ・ 中国地域内での情報提供の拡充（特に観光案内所や宿泊施設において、中国地方内の他地域情報の提供促進、そのための相互交流の推進）

#### ③ バックパッカーを媒介とした口コミ情報提供手法

- ・ バックパッカーは「探求者」であるという認識のもと、外国人にあまり知られていない場所へのバックパッカー旅行者の誘導促進（在住外国人対象のモニターツアー実施、東京・京都・広島などのゲストハウスなどでの情報提供、ゲストハウススタッフの研修の機会提供）

#### ④ マップやパンフレットの整理、充実

- ・ 旅行者に必要な情報冊子として、(1)イメージ形成や歴史・背景などを学習するための読み物、(2)広域的に周遊するための広域路線図、(3)それぞれの街でのまち歩き用タウンマップ（食やショッピングの情報）の3種類が必要。
- ・ 在住者やレンタカー利用者向けには広域の道路図が必要。

### (2) 外国人対応案内所の強化

#### ① 観光案内拠点の充実

- ・ 拠点的案内所（県庁所在都市などの各県の主要駅案内所等）の人員確保、情報集約、案内所への誘導サイン設置、など

#### ② 観光案内所での提供情報の整理

- ・ 市町村域や県域を超えた広域的な観光情報提供、交通案内、宿泊情報提供
- ・ 民間事業者との連携による「食」に関する情報提供
- ・ 外国人対応可能な宿泊施設に関する情報提供

#### ③ 中国地方総合観光案内所の設置・運営

- ・ 中国地方の情報拠点として広島駅に総合案内所を設置
- ・ 各案内所で必要とされている言語のマップ作成、継続的な情報更新のための翻訳ス

スタッフ・翻訳費用の確保、公共施設や交通機関の職員が活用可能な多言語案内ツールの開発・普及、など

#### ④案内所の連携強化

- ・中国地方の案内所スタッフの交流・相互学習の機会提供（JNTOセミナー中国地方版の開催）、マップやパンフレット等の相互設置、など

### （３）受け入れ側の体制整備

#### ①交通・移動の容易性追求

- ・ICOCA、PASPY、Suicaなどの交通系ICカードの外国人利用促進
- ・ジャパンレールパスの積極的活用（ジャパンレールパス保持者への特典など）
- ・案内看板や道路標識の日英併記、アイコン化など分かりやすい表示

#### ②受け入れ側の資源やサービスの整備

- ・京都・大阪～広島間の資源としての「岡山・倉敷＋松江周辺地域」や、広島から少し足を伸ばす先としての「山口・萩地域」など、欧米系観光客に好まれる地方都市の集中的なPR
- ・既存のグリーンツーリズムのコンテンツを外国人向けに提供するなど、既存資源を活用した外国人受入の推進
- ・中国地方内宿泊施設の「ウェルカムイン」への登録推進
- ・外国人旅行者にも使いやすい通信環境構築のため、海外携帯電話の利用可能環境整備や、主要観光地や案内所等における公衆無線LANサービスの展開などインターネット接続環境の整備推進
- ・海外発行クレジットカードへの店舗側の迅速な対応や、キャッシング可能なATMの設置拡大

#### ③地域のおもてなしの心（ホスピタリティ）の向上

- ・宿泊施設における外国人観光客対応の心得などを学ぶセミナーの開催などによるホスピタリティの向上
- ・日本在住の外国人（留学生、研修生、在住者）に訪れてもらうモニターツアーや通訳スタッフとしての活用など、地域で外国人対応を経験することによる地域ぐるみの外国人対応の推進

#### ④観光人材の確保・育成

- ・観光地域プロデューサーなど観光の専門家の確保と育成
- ・地域の実情に精通した人材の育成
- ・観光ガイド・案内人の育成
- ・大学と連携した留学生の活用
- ・人材の確保・育成のための資金支援