2015 年度【第 5 回】学生観光論文コンテスト
テーマ A：観光立国で日本を元気にする方策について、私の提案

「SASURAI　JAPAN」
～外国人観光客による、日本の魅力発信の提案～

産業能率大学　経営学部　現代ビジネス学科　岩崎研究室　3 年
木村優里　服部研吾　角田美和子

目次

Ⅰ．はじめに
Ⅱ．現状分析
　1－国内観光の現状
　2－訪日外国人の現状
Ⅲ．考察
Ⅳ．提案
　・提案内容
　1－宿場町のゾーン化
　2－ゾーン特有の魅力を四季で区分しプロモーションする
　3－運営システム（IC カード、ゾーン内の移動）
　4－特設サイトによる広告・宣伝
　・提案目的
Ⅴ．課題・改善策
Ⅵ．今後の展望

Ⅰ．はじめに

慣れ親しんだ土地を一定期間離れ、知らない場所へ赴くことは、どの時代の人々にとっても特別な経験だ。現代は人の移動がより一層加速化している時代となっており、国連世界観光機構（UNWTO）では、昨年（2014 年）の国際旅客到着数が 11 億 3300 万人だと発表されている。10 億人を突破した 2012 年と比較すると世界全体で 4.3%増加が確認され、特にアジア・太平洋地域の到着数は、2020 年までに 4 億人に達すると言われるほど注目を集めている。

日本でも観光は親しまれており、アウトバウンド（出国）の面では、1980 年後半から急速に成長している。円安等の影響でアップダウンは繰り返しているが、2013 年の出国者数は 1747 万人と相対的に大きな変化はなく順調と言えるだろう。

対して、インバウンド（入国）の面が日本の課題として挙げられる。出国する日本人が増加しているにもかかわらず、訪日外国人は圧倒的に少ないのだ。2012 年の入国旅行者ランキングでは日本は世界で 33 位、アジアで 8 位であり、経済水準・人口規模からも低い水準であることが分かっている。2003 年、当時の小泉純一郎首相は 2010 年までに訪日外国人客数を 1000 万人にすることを目標とした「観光立国」・「ビジットジャパン政策」を展開した。その効果もあり、10 年後の 2013 年には訪日外国人客数が過去最高の 1036 万人となった。世界から日本の文化や食が注目され始めている今、まさに更なる魅力を伝えるチャンスの時期となってくる。

日本政府の取り組みとして、観光立国の更なる実現に向け、東京オリンピック・パラリンピックが開催される平成 32 年初めまでに、訪日外国人旅行者数を 2000 万人にすることを念頭とし、その過程として平成 28 年までに客数を 1800 万人にするという目標の下、様々な策を展開している。

政府の取り組みによる効果もあり、昨年（2014 年）の訪日外国人旅行者数は約 1341 万人まで及んでいる。震災や不況による悪影響を受けている時代であるからこそ、今後の展開としても、旅行者数をより大きく成長させ、日本をもっと元気にしていく必要がある。

しかしながら、客数だけを考慮してもその後対応できるキャパシティーに問題が生じてくる。日本の宿泊施設数は世界で 2 番目を誇っているが、外国人観光客が気軽に宿泊できる施設はまだ少なく、有名な観光地だけが繁盛しているのが現状だ。地方等、まだ見たことのない日本各地の魅力が堪能できる場所が沢山あるのにも関わらず、そのような場所まで施設数が行き届いていない。地域活性化を推進するためにも、宿泊施設を設ける必要がある。

そこで、我々が提案するのは「SASURAI　JAPAN」である。

大まかな提案内容として、日本史上の伝統「宿場」を全国で再度復活させ、外国人観光客にとって気軽に宿泊ができ、日本人ともコミュニケーションのとりやすい環境を創り出す。また地方各地を「ゾーン化」し、移動方法の理解を助けることを挙げる。

訪日外国人客数の目標に対して準備ができていないという仮説をもとに、日本の伝統である「宿場」に着目し、観光面で日本を元気にする提案を述べていくこととする。

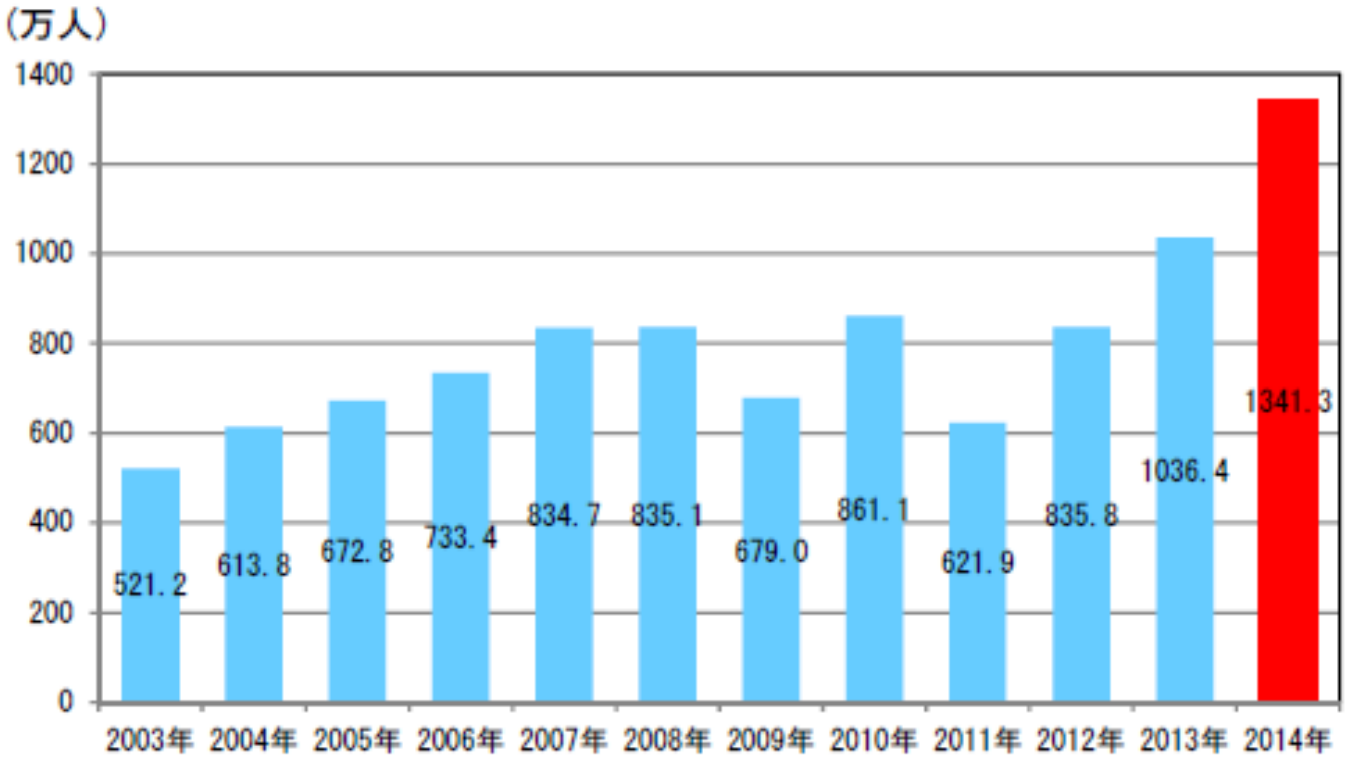
Ⅱ．現状分析

我々は本研究において必要となりうるデータを得るために、観光庁のデータベースを調査した。以下から抽出した調査概要である。

1－国内観光の現状

2014 年の訪日外国人旅行者数は、過去最高の 1341 万人であった。東日本大震災が発生した 2011 年の 3 月、4 月は大きく落ち込んだものの、それ以降は訪日外国人旅行者が急速に増加している。それには、いくつかの要因が挙げられる。「経済環境」においては、アジアの経済成長による海外旅行者の増加と、円安方向への動きによる訪日旅行への割安感の拡大がある。次に、「日本に対する国際的注目度」においては、2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピック、『富士山』や『富岡製糸場』の世界遺産登録、『和食』や『和紙』の無形文化遺産登録などがある。「訪日外国人旅行者の拡大に向けた施設展開」は、首都圏空港の発着枠拡大、ビザの大幅緩和、訪日外国人旅行者向け消費税免除、CIQ（出入国の際の必須手続である税関・出入国管理・検疫）体制の充実がある。最後に、「継続的な訪日プロモーション」として、日本は『桜』をテーマとした国際旅行博へ出展している。

訪日外国人旅行者数の推移

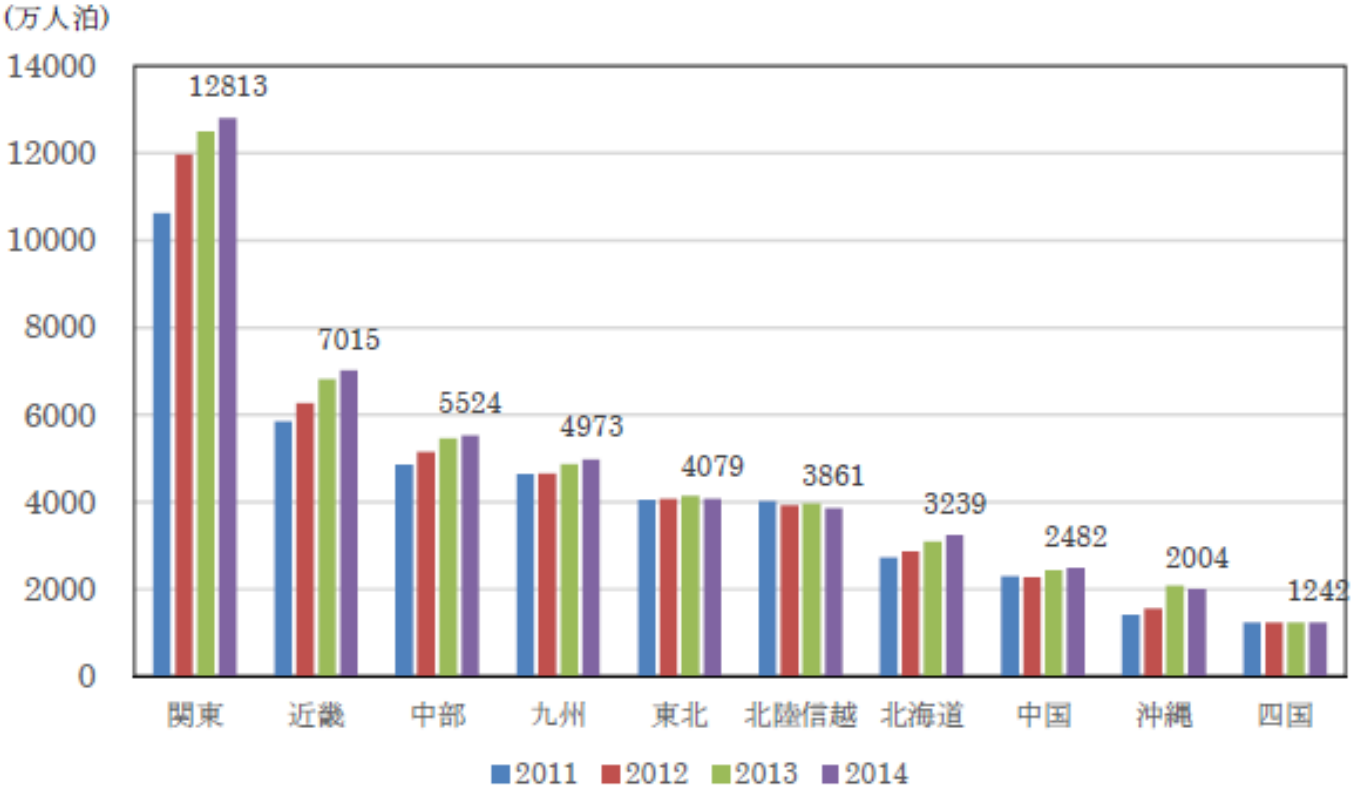


注）日本政府観光局（ＪＮＴＯ）資料をもとに観光庁作成

2－訪日外国人の現状

2014 年の日本全国の宿泊者数の合計は、4 億 7232 万人となった。このうち、外国人の述べ宿泊者数は、4482 万人である。そこから見る、国内における地方ごとの外国人観光客数は、関東地方が 1891 万人、近畿地方が 1056 万人、北海道地方は 403 万人で上位を占めた。2011 年以降、すべての地方で外国人宿泊者が増えている。

地域ブロック別延べ宿泊者数



注 1）観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
注 2）2014 年（平成 26 年）は速報値。

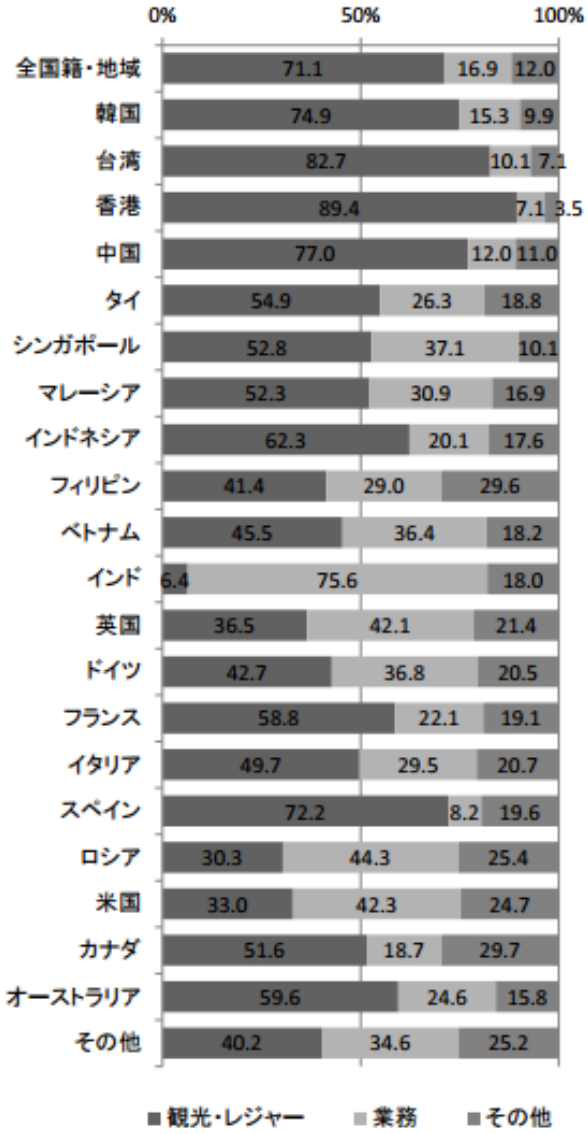
2－訪日外国人の現状

続いて、訪日外国人に関する現状を明らかにした。

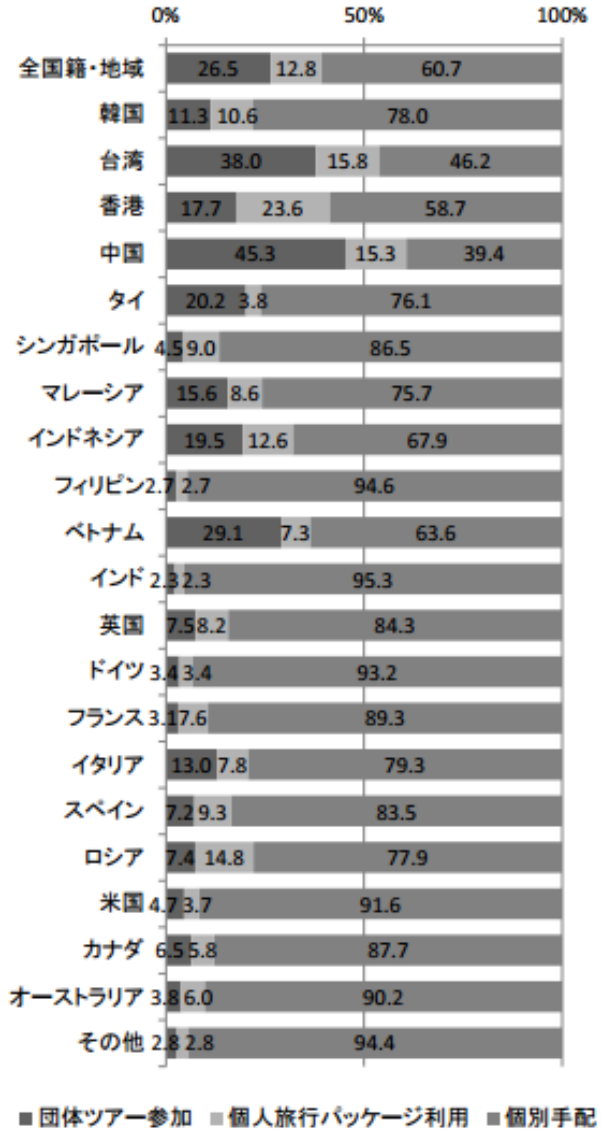
訪日外国人の主な来訪目的を単一回答で見ると「観光・ レジャー」が全体の 7 割を占めている。また 国籍･地域別では、「観光･レジャー」を目的にすると回答したのは台湾や香港などアジア地域が特に高いことがわかる。

さらに、訪日外国人が採った主な旅行手配方法では「旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した（以下、団体ツアー参加）」「往復航空（船舶）券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した（以下、個人旅行パッケージ利用）」「往復航空（船舶）券や宿泊等を個別に 手配した（以下、個別手配）」のうち、個別手配の割合が最も高い。

図表 1-7 主な来訪目的（国籍･地域別、全目的）



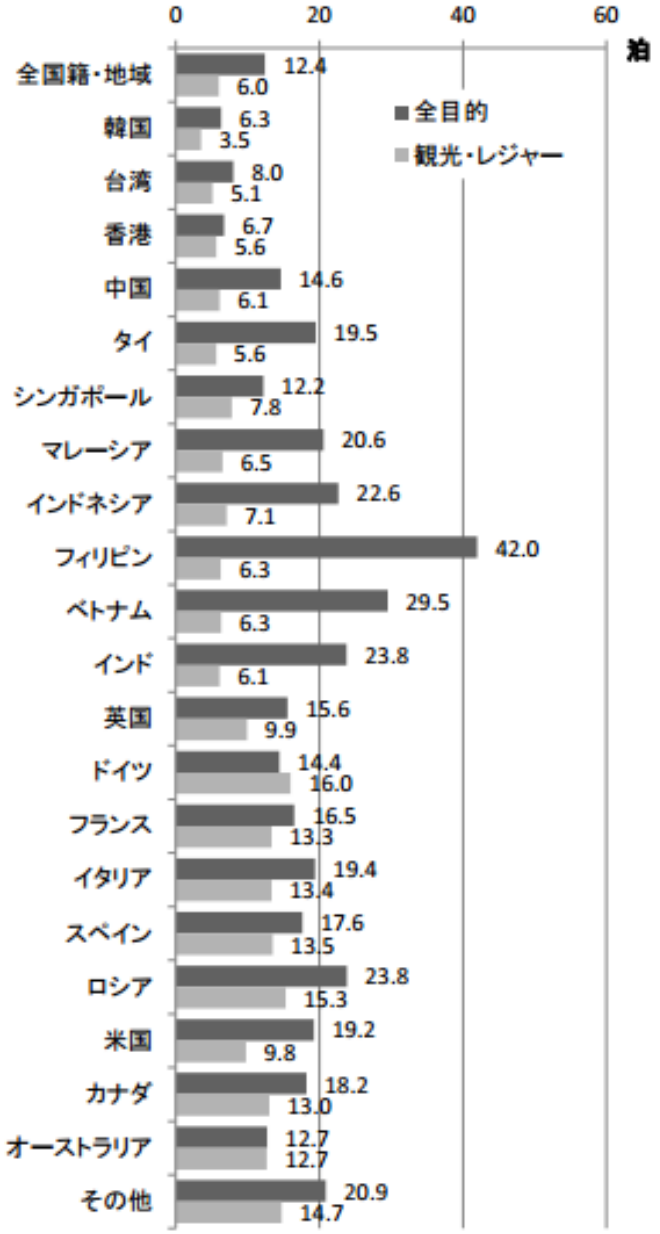
図表 1-8 旅行手配方法（国籍･地域別、全目的）



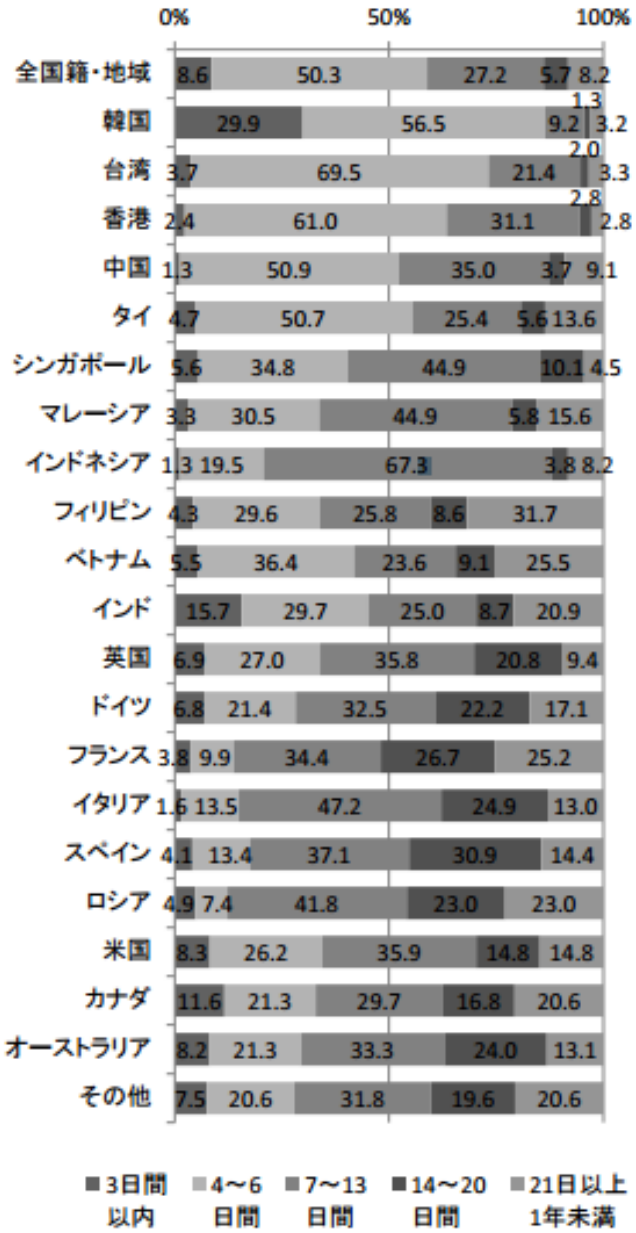
また、以上の 3 形態でそれぞれの旅行消費額を推計すると、最も割合の高い個人手配の旅行客は最安値であることが判明した。

続いて、訪日外国人の滞在期間の回答者全体の平均泊数は 12.4 泊で観光･レジャーを目的とした場合の平均泊数は 6.0 泊である。国籍･地域別にみると、韓国では「3 日間 以内」の割合が 29.9%と他の国籍･地域 に比べて高い。一方、フランスなどヨーロッパでは 14 日以上の滞在者が 5 割を超えており、他 の国籍･地域に比べて滞在日数が長い傾向にある。

図表 1-3 平均泊数（国籍･地域別）



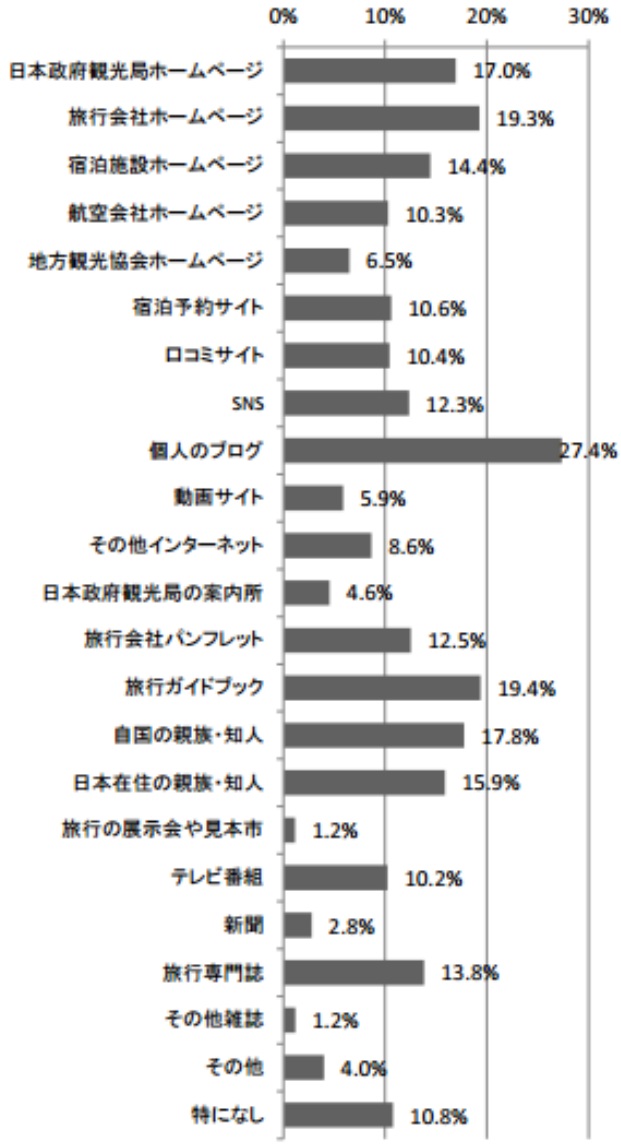
図表 1-4 滞在日数（国籍･地域別、全目的）



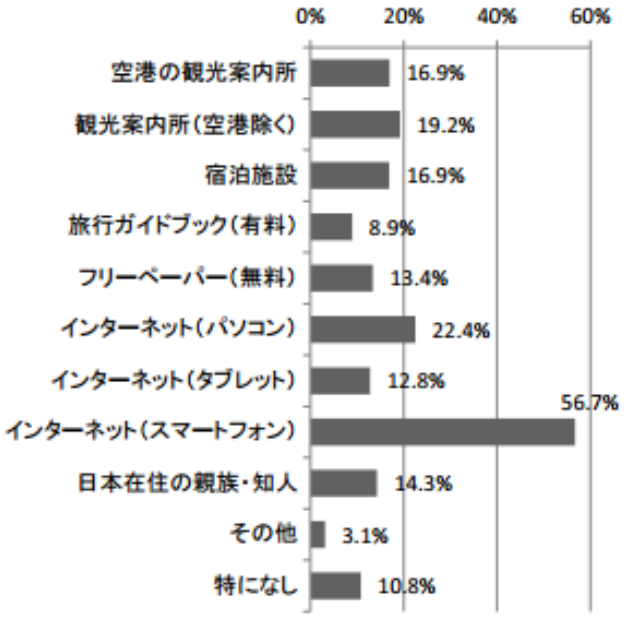
※パッケージツアー参加費には、日本国内 に支払われる支出（宿泊／飲食／交通／ 娯楽サービスなど）や航空･船舶会社に支 払われる国際旅客運賃などが含まれる。 本調査では、このうち日本国内に支払われる支出（以下、国内収入分）を旅行中 支出に加算することにより、訪日外国人旅行消費額（総額）を推計する。

次に出発前に得た旅行情報源を複数回答で見ると「個人のブログ」の評価が高く「日本政府観光局ホームページ」「日本政府観光局の案内所」はあまり評価されなかった。
さらに日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったものでは「インターネット（スマートフォン）」「インターネット（パソコン）の選択率が高く、インターネット中心で情報収集を行っていることがわかる。

図表 5-1　出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（全国籍・地域、複数回答）

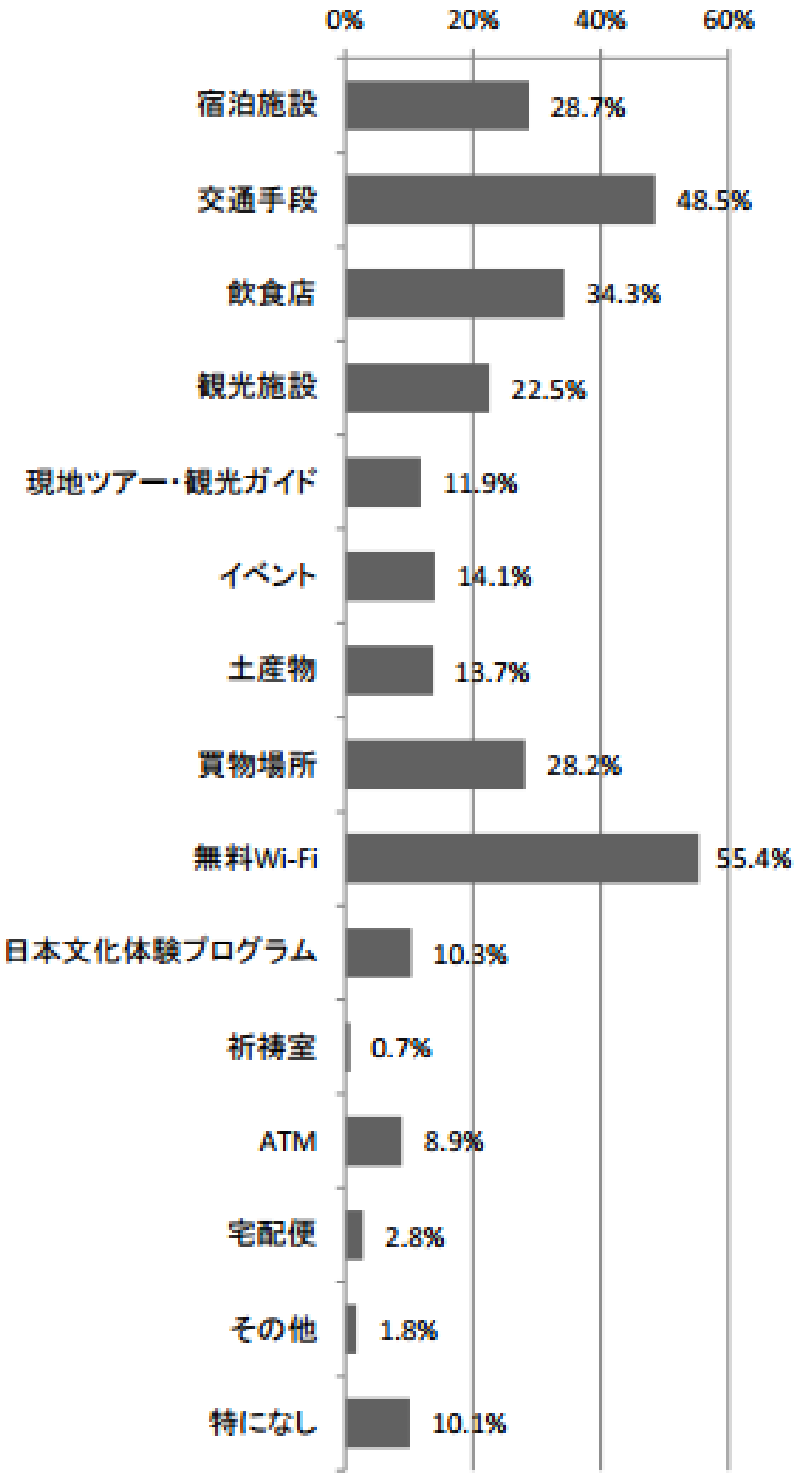


図表 5-2　日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの（全国籍・地域、複数回答）



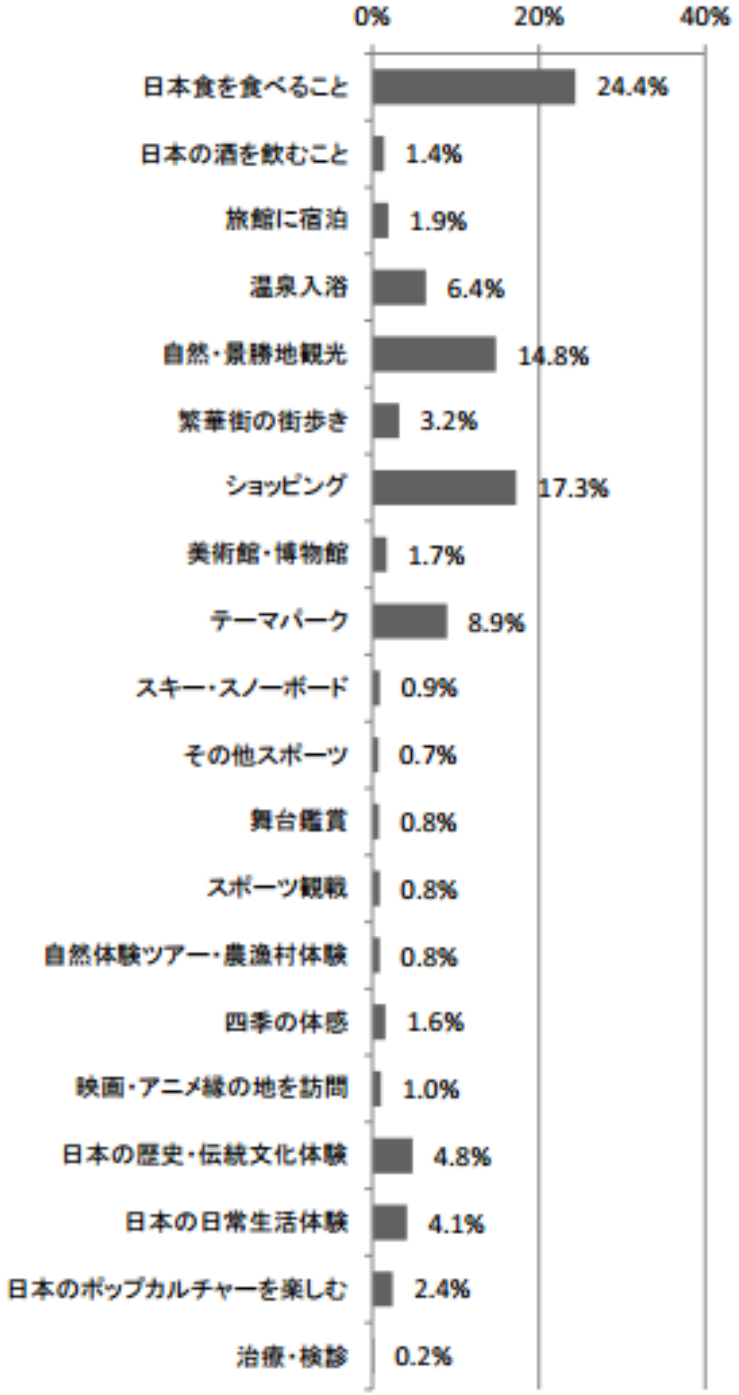
そして日本滞在中にあると便利な情報日本滞在中にあると便利な情報を複数回答で尋ねたところでは「無料 Wi-Fi」が最も多く、次いで「交通手段」、「飲食店」、 「宿泊施設」、「買物場所」 をあげる回答が多い。

図表 5-3 日本滞在中にあると便利な情報
（全国籍・地域、複数回答）



また、訪日前に最も期待していたことを単一回答で尋ねたところ、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」の順となった。

図表 6-2　訪日前に最も期待していたこと（全国籍・地域、単一回答）



Ⅲ．考察

現状分析から、以下のように考えた。

外国人観光客は、日本の地方にも確実に興味を示している。これは、地方すべてで外国人宿泊者が増加していることからわかる。訪日外国人が期待していることの上位に、「自然・景勝地観光」が挙げられていることから、日本ならではの自然や景色を楽しんでいる、または望んでいることが予想できた。日本の観光を底上げするならば、これまで以上の地方誘致に潜在力を見出せるだろう。

近年増加している個人旅行者は、消費額が低いことから、買い物ではなく観光・レジャーを目的としているとわかる。観光・レジャーを目的とする訪日外国人の平均泊数が 6.0 泊とあり、地方に滞在する期間は十分にある。

しかし、その一方で交通機関の充実を望む声もある。自然景勝地の観光を望む一方で地方の宿泊者が増えないのは交通網の不便さが要因ではないだろうか

旅先の情報源として、近年はインターネット、特に個人ブログや動画サイト中心である。表現が自由なネットの評価は、かえって信憑性が高いということだろう。また、動画投稿の場合、よりリアルな情報を得ることができるため、影響力や関心を与えやすい。海外旅行者にとっての便利なツールとして「無料 Wi－Fi」が挙げられているが、日本はまだまだ Wi－Fi 環境に疎い。インターネットの情報が主流となっている現代では改善の余地がある。

Ⅳ．提案

・提案内容

これまでの現状分析・考察を踏まえ、訪日外国人旅客数を増加させ、また日本も元気にしていく提案として私達が掲げるのが「SASURAI　JAPAN」となる。日本の良さを活かして設定した具体的な事業内容は以下の 4 つである。

1－宿場町のゾーン化

（事業内容）

日本全国の地方を 9 つのエリアに区分し、各エリアにゾーンを設立する。ゾーン設立において、日本の全地方 1 周が可能となるように配置し、旅行客がまだ見ぬ日本の魅力である地域を巡り、堪能していくことを可能とする。エリアの分布は徒歩 5 時間以内で移動可能な場所を心がけ、散歩感覚で自由に行動してもらう。タイトルの通り、日本を流離いながら、旅してもらうことがメインだ。

ゾーンには必ず宿泊施設の地帯を設ける。今回提案する「SASURAI　JAPAN」では、ただ快適な宿泊施設を提供するのではない。手軽さや人と人とのふれあいを推進するために、各ゾーンを「宿場町」としていくことを挙げる。宿場とは江戸時代、各街道に設置されていた宿泊施設である。その当時、宿場の役割として公用人馬継立て・飛脚業務等があったが、中でも旅行者の宿泊施設を中心として利用されていたことが分かっている。庶民の移動を支える重要な場所であり、利用料金は宿代等不当に高い料金を請求されないよう公定料金とするなどしっかりとしたシステムが常に根付いていたのだ。日本の風情の復活を目指すため、また訪日外国人が低価格でも安心して宿泊できるための宿場町を再現していく。

またゾーン内での案内はツアーのような詳細なプラン設定は行わず、その土地ならではの魅力を旅行客自身で見つけてもらうシステムである。しかし、案内なく宿場町を辿ることを可能

とするため、その地の自然環境で理解しやすいものをシンボルとしていくことを挙げる。内容は、主に海や川をメインとし、それに沿って宿場町を設立することだ。自然は滅多なことがない限り変化なく存在し続ける。それを活用して持続可能な宿場ゾーンとしていく。

また川は繋がっている為、ゾーンを進んでいけば次のゾーンへの道導となってくる。旅行客がその地を散策する際には町へ入っていき、また道を進んでいきたい際には川等、自然の目印へと戻ってもらえればよい。

旅行客が道に迷うことは確実に予想される。そのような際にも川の名前を覚えておくことができれば、道を尋ねることもできる。また外国人とのコミュニケーションに慣れていない現地の住民にとっても、地域にゆかりある自然ならば質問に応じやすいだろうと考える。

2－ゾーン特有の魅力を四季で区分しプロモーションする

（事業内容）

ゾーンを設立していく上で、日本特有の「四季」により、その土地に向き不向きな気候・天候が出てくると考える。なにも知らない旅行客が不向きな時期に来てしまっても、まったく魅力を伝えることが出来ない。

より魅力ある時期に旅行客を集客することを念頭に、各ゾーンで最も魅力が感じられるシーズンをプロモーションする。春→九州・夏→東北・秋→四国・冬→四国と各シーズンで区分し、それぞれに合ったイベントも開催していく。

プロモーション方法として、各シーズンのパンフレット作成を行い、その時期の魅力を引き出すため、ゆかりの土地や自然の紹介をする。

以下が 9 つのゾーン・4 つのシーズン例の表である。

地名	河川、海	四季
九州	海	春
東北	北上川、最上川、阿武隈川、津軽半島	夏
四国	海（四万十川、吉野川）	秋
中部	天竜川～千曲川、木曽三川	冬
北海道	東－十勝川、西－石狩川	－
関東	利根川、海（神奈川）	－
沖縄	海	－
近畿	琵琶湖～淀川	－
中国	海	－

3－運営システム（IC カード、ゾーン内の移動）
（事業内容）
SASURAI　JAPAN の運営システムを 2 つ挙げる。
1 つ目にゾーン内の交通整備だ。本来ならばこのような遠距離の移動だと自動車を推奨し、レンタカーを普及すべきだ。しかし SASURAI　JAPAN では、日本の街並みを自由気ままに流離ってもらうことをメインとするため、敢えて徒歩・自転車を推奨していく。その土地を散歩するには徒歩でも可能だが、次のゾーンへの移動や宿場へ向かう際等、長距離移動には自転車が必要となってくる。そこで各ゾーン内に自転車レンタル所を設け、どこのゾーンのレンタル所でも返却できるシステムとする。
2 つ目にカードの利用だ。旅行客が SASURAI　JAPAN に参加する際、カードを発行してもらう。このカードには様々な用途があり、自転車・宿場のカードキーや、SASURAI　JAPAN の加盟店・民宿・民家で利用可能なデポジットカードともなりうる。またカードには年会費があり、毎年日本へ来ることが難しい旅行客からも利益が見込める。
その他の機能として、自転車の走った量によってカードのランクが上がるシステムを搭載し、訪日外国人の日本散策におけるモチベーション上昇を試みる。
またカードは返却システムとなっており、破損しなければレンタル料を返金する。

4－特設サイトによる広告・宣伝
（事業内容）
現代、動画サイト等、ユーザーが自分自身で撮影した動画をアップすることが主流となっている。2015 年にはセルフカメラ棒も流行し、外国人観光客が路上で使用している光景をよく見かける。この流行を SASURAI　JAPAN でも活用し、外国人旅行客に自ら日本の魅力を発信してもらい、様々なジャンルの人々へ日本の地方を身近にしていく。方法として、外国人旅行客に日本の各地を動画撮影しながら巡ってもらい、その動画をネットへ配信してもらうことを挙げる。
出来上がった動画はそのまま動画サイトに投稿しても閲覧数は見込めるとはいいがたい。そこで「SASURAI　JAPAN」のホームページを制作し、その中で動画閲覧専用サイトも立ち上げ、サイトへ直接投稿するシステムとする。そこからより多くの外国人へ発信していくことが目的だ。

・提案目的
なぜ今「SASURAI　JAPAN」を実現していく必要があるのか。提案目的を 4 つ述べる。
1 つ目に、外国人旅行客が手軽に宿泊できる場所を提供するためだ。日本の現状として、観光名所にはビジネスホテル等が多く見られ、外国人観光客にとって過ごしやすい環境がおおよそ整っている。しかし、地方に関しては、宿泊施設も少なく、外国人にとって簡単に宿泊できる状況とはいいがたい。
今回提案する「SASURAI　JAPAN」は、日本全国の各地方ゾーンに宿場町を復活させることがメインとなっている。宿場のメリットは宿泊することの手軽さ・日本と外国のふれあいの場を創り出せることだ。この提案ではバックパッカーがターゲットとなるため、これまでの日本が目指してきた完璧なおもてなしを提供することだけが求められているものではない。宿場はそこで休息をとることがメインであり、寝床以外には何も用意しない。それによって外国人が気遣いをすることもなく、自由に寝泊りが可能となる。

２つ目に、日本のまだ知られていない良さを実感してもらうためだ。多くのメディアに取り上げられている観光名所には、中国人等のアジア系を中心とした外国人観光客が多くみられるが、観光名所は１度行ってしまえば満足してしまうため、今後リピーターの増加は見込めない。

一方、観光名所から離れた地方には、観光客はあまり見られない。理由として、交通の便も考えられるが、日本の各地それぞれ自慢の自然や雰囲気等、良さがあるのにもかかわらず、外国人に魅力が伝わっていないことが挙げられる。今回宿場町をゾーン化していくにあたり、川・海・山を基準として設置していく。ゾーン化された宿場を、外交人旅行客が旅をしながら辿っていくことで、各地の自然を堪能し、観光地ではない日本そのものの魅力を知ってもらえる機会としていく。

3 つ目に、外国人旅行客に自ら日本の魅力を発信してもらうためである。現代、動画サイト等、ユーザーが自分自身で撮影した動画をアップすることが主流となっている。2015 年にはセルフカメラ棒も流行し、外国人観光客が路上で使用している光景をよく見かける。この流行を活用し、外国人旅行客に動画を撮影してもらい、専用サイトに投稿してもらうルールを設ける。これにより、外国人が持つ独特の価値観等、日本人が気にも留めない魅力が詰まった動画が出来上がることを望む。旅行に興味を持つ外国人が動画を閲覧し、魅力が伝わりやすいためである。

またこの動画を日本人が閲覧することで、国内の知らなかった魅力を見つけることが可能となり、そこからの旅行客も見込めると考える。

４つ目に、長期に渡って続いていく観光資源を目指していくためだ。先ほども記述した通り、「SASURAI　JAPAN」は川・海・山を基準としてゾーン化して宿場町を設置する。道筋として理解しやすいだけでなく、自然に存在するものは簡単に突然なくなったりするものではないため、持続可能である。まさに日本の伝統を繋ぐプロジェクトとなりうる。

Ｖ．課題・改善策

今回 SASURAI　JAPAN を提案した上で、様々な課題が浮上した。これらの改善策を挙げていく。

１つ目に費用面である。地方を多くの人が行きかうことになるが、橋等の公共施設が整備されていないと考える。この課題に対して、宿場での利益を見込むのではなく、宿場周辺の店舗や施設でお金を使ってもらうことを第一とする。初期費用は国の投資から援助を得て、地方が利益を回収する循環をつくり、収益が徐々に上昇し、日本が元気になっていくと同時に橋等の修復工事を始めていくことを目標とする。また、カード年会費も修復費用とする。

２つ目に自然災害の恐れを挙げる。川の周辺をメインに宿場を設置していくことで、川の氾濫等自然災害が起こる危険性がある。また日本は地震大国であり、2011 年の東日本大震災による風評被害も悪影響を及ぼすことが懸念される。しかしながら自然災害は予期せず起こってしまうことであり、事前の回避は難しい。日本人よりも災害に慣れていない外国人がいざという時にパニックにならないようできる限りの対策が必要である。

そこで各ゾーンに避難所を設置し、自転車レンタル所を介して防災マニュアルや避難所マップの配布を行うことから旅行客に周辺情報を発信していく。

３つ目にネットワーク環境だ。日本は他国と比較してもネットワーク環境がまだまだ行き届いておらず、Wi－Fi が利用できる店舗も少ない。バックパッカーにとって、マップや娯楽等で利用するネットワーク環境は大変重要となってくるであろう。地方は都心よりもネットワーク環境設備が遅れている恐れも感じられる。

そこで、いつどこでもネットワーク環境を利用できるよう自転車に Wi－Fi を内蔵させ、快適な旅を提案する。Wi－Fi 起動方法も、自転車のカードキーを差し込んだ瞬間にルーターを起動させるシステムとし、旅行客が簡単に活用していくことができる。

Ｖ．今後の展望

以上の改善案を踏まえたSASURAI　JAPANの今後の展望を３つ述べていく。

１つ目に再最新技術とのコラボレーションを挙げる。日本のネットワーク環境が改善されていくことにより、SASURAI　JAPANの旅路をサポートするアプリケーションの需要が上がっていくと考える。スマートフォンやパソコンからのアクセスが可能であり、ホームページ等、様々なリンクにもすぐ飛べるようにする。またアプリケーション内に災害通知が来る機能を搭載し、課題でも挙げた自然災害時においても活用シーンを考えることが可能となる。

２つ目にスタンプラリーのイベントを行うことだ。SASURAI　JAPANが世の中に定着していくことにより、旅行客が良く通る道等、定番の散歩コースが出来てくると考える。そのコースを活かして、スタンプラリーを企画する。旅行客へ地図も掲載されているスタンプラリーのカードを配布し、全国を回ってもらえたら記念品の贈呈をする。

スタンプラリーのコースとして、人通りの多い道だけでなく知られていない道でもスタンプを押すコーナーを設置することにより、旅行客に更なる魅力を探ってもらえるよう心がける。

３つ目に新たなコミュニケーションの場の提供を挙げる。最初に外国人の中で知名度が上昇していき、それに伴って国内にも広まっていく。今後の日本は現在にも増してグローバル化に近づく必要があり、外国に興味を持つ日本人も増えるであろう。その際SASURAI　JAPANは、外国人と日本人を繋ぐ交流の場となっていくことを目標とする。

私達はこの観光事業「SASURAI　JAPAN」が外国と日本を繋ぐ懸け橋となって、外国には日本のまだ見えていない魅力が伝わり、日本には経済面・地域面においても活性化される、まさに持続性のある事業となることを心から願う。

Ⅵ. 参考文献

http://www.mlit.go.jp/common/001038052.pdf

・UNWTO　2015 Edition 日本語版　http://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2015/10/UNWTO

http://www.milt.go.jp/common/001092004.pdf
http://homepage2.nifty.com/yuta1348nrd/kaiteikaidoumame.pdf

・観光庁　統計情報・白書　http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/index.html