

2016年度【第6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

日本の「おもてなし」観光政策
— 乳幼児連れ観光客に優しい国を目指して —

拓殖大学

政経学部経済学科 茂木創ゼミナール

4年

西澤 優

藤枝 永奈

小野寺 愛実

目次

はじめに	・・・・・・・・	1
1, 「アフター2020」問題	・・・・・・・・	1
2, 観光立国に向けての一手	・・・・・・・・	3
3, 検証	・・・・・・・・	4
(1)成田空港での検証	・・・・・・・・	4
(2)新宿での検証	・・・・・・・・	5
(3)浅草での検証	・・・・・・・・	5
(4)移動中での検証	・・・・・・・・	6
4, 乳幼児連れ観光客に優しい政策の提案	・・・・・・・・	6
結論・残された課題	・・・・・・・・	7

図表

はじめに

我が国は2030年までに、訪日観光客数を4,000万人に増やすという目標を掲げている¹。2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されることも決まり、今日、それに訪日観光客(インバウンド観光客)数増加に向けての様々な取り組みや施策が行われ始めている。

オリンピックのような国際的なイベントにおいては、成人のみならず家族連れの観光客も多く来日するなど、観光客の層が広がる可能性は高い。そこには乳幼児を連れた観光客も含まれる。これらの幅広い層の訪日観光客を呼び込むためには、訪日観光客がストレスを感じることなく快適に観光を満喫できる環境整備が急務である。

しかし、我が国のインバウンド観光の施策は、構造的な問題も含み、決して先進的とは言えない。とりわけ、乳幼児連れの観光客がスムーズに観光できる環境の構築には課題も山積している。現在、少子化を迎えた我が国では、乳幼児に対しての政策は軽視されやすい傾向にある。というのも我が国自体が少子化と同時に高齢化社会を迎えており、政策の中心はどうしても高齢者に偏りがちであるからだ。内田(1986)によると、近代デモクラシーのゲームのルールは「笛吹きにカネを払うものが、曲目を決定する権利を持つ」という権利＝義務関係を、一つの軸として成り立っていたと述べている²。高齢化のマジョリティーである高齢者の過ごしやすい社会は形成されやすいが、乳幼児や若年層の過ごしやすい社会は高齢者に比べ形成されにくい。「シルバー・デモクラシー」の時代である。「シルバー・デモクラシー」の時代では、乳幼児に対する政策は軽視されがちになる。こうした現状を改善し、乳幼児連れでも不便なく観光できる環境が整備されれば、これまで以上に観光客を呼び込める可能性は高い。

本稿は、乳幼児連れ訪日観光客にとって快適な環境の供給をすることが、我が国の外国人観光客数増加のカギを握っていると考え、訪日する乳幼児連れ観光客に優しい「おもてなし」の施策を提案し、その実現可能性について考えたものである。

第1節では2020年東京オリンピック開催後のインバウンド観光について述べ、第2節では、なぜ乳幼児連れに着目したのかについて明らかにしていく。第3節では、乳幼児連れの観光における問題点を明らかにし、第4節で我が国が行うべき政策についての提案と試算を行う。第5節で結論と残された課題について述べる。

1. 「アフター2020」問題

今日、官民一体となり、2030年までに4,000万人の訪日観光客数の達成を目標に、それに向けた取り組みを行っている。とりわけ大きなインパクト(影響)が期待されるのは2020年の東京オリンピック・パラリンピックである。観光庁はじめ、多くの研究機関によって

¹ 観光庁(2016), p. 3 参照。

² 内田(1986), p. 158 参照。

オリンピック・パラリンピックの後には訪日観光客が増加することが指摘されている³。しかし、その予測は正しいと言えるだろうか。

図1には、オーストラリア(2000年)、ギリシャ(2004年)、中国(2008年)、イギリス(2012年)で開催されたオリンピック・パラリンピックの前後3年の観光客の推移を示したものである。それによると、オリンピック・パラリンピック開催後に観光客数が上昇している国もあれば、減少している国もあるなど、トレンドだけ見ても観光客数の増減を予測することはできないことがわかる。では、4つの国々の観光客数に大きく影響を与えているものは何か。ジェームズ・マック(2005)によれば、「旅行の決定をするとき、消費者は旅行先に行くための交通費や為替レートの変化ほど、旅行先での価格には影響されない」という⁴。つまり、消費者は旅行先の決定要因として、旅行先に行くための旅行費や為替レートの変動に影響されるということである。そこで4つの国の為替レートに注目し、観光客数と為替レートの関係性を調べてみた。

グラフ内の青線は、為替レートの推移をあらわしたものである。それによると英国とギリシャはオリンピック・パラリンピック後の為替レートは両国ともに通貨安になっているのがわかる。それに伴い、観光客数も増加していることもわかる。中国も一旦は観光客数が減少しているものの、その後は通貨安の推移とともに上昇している。しかしながらオーストラリアに関しては「通貨安(通貨高)=観光客数の増加(観光客数の減少)」というケースに当てはまらなかった。これは為替レート以外の別の要因があるものと思われる。

各国の観光客数と為替レートの推移の結果だけを見れば、オーストラリアを除き、観光客数の増減が為替レートの上がり下がり大きく左右されている。観光客にとって、旅行を検討している国が通貨安であれば旅行先に決定する要因になり、検討している国の通貨が高騰していれば、旅行先として選びにくいのである。

では日本の場合はどうだろうか。オーストラリアを除く3つの国はいずれも開催年に向けて通貨安になっている。日本も現在通貨安が続き、過去の開催国と同じような傾向を見せてはいるが、日本は長期的に見れば円高傾向にある。ということはオリンピック以降も円安傾向が続くとは限らず、円高になる可能性は否定できない。通貨安によって観光客数が増加することは、先の結果からも明らかになっている。逆に言えば、日本もオリンピック以降、円高になることがあれば、観光客数減少に陥ることは十分に考えられる。

観光庁は、オリンピック後の観光客数の増加を指摘しているが、以上の分析結果から見れば、いささか楽観的に過ぎると言わざるを得ない。そのため、たとえ円高になったとしても、日本を訪れたいと思わせるような決定要因となりうるものを見出していかなければ、日本の観光産業に未来はない。

次節では、我が国が2020年以降も観光客を継続的に呼び込むために必要な政策は何かを考察していく。

³ 高田(2014),p. 1 参照

⁴ ジェームズ・マック(2005),p. 35 より引用。

2. 観光立国に向けての一手

第1節では、2020年以降の円の上がり下がりによっては、訪日観光客数は低下への道をたどるであろうことが予測された。本節では、東京オリンピック・パラリンピック後も訪日観光客を継続的に呼び込むためにはどうしたら良いか、さらには我が国が目指す観光立国に成長するには、どのような要素が必要なのか考察してみたい。

観光立国と呼ばれる国々は、観光客が観光地で支出するお金でその国の経済を成り立たせている。それらの国々はお金を落としてくれる外国人観光客を呼び込むために、国を挙げてその国が持つ強みを前面に押し出した政策をとっている。

我が国も、自国の強みを最大限に活かした政策を考える必要がある。では、自国の強みとは何か。世界に誇ることが出来る日本の強みは、「治安の良さ」や「インフラ整備による環境水準の高さ」、「食品などの品質の安全性」があげられる。加えて今、世界から注目を集めている日本の「おもてなし文化」—具体的には、弱者に対する思いやりのある対応など—も強みと言える。

これらの日本の強みを活かした観光政策は、東京都をはじめとする各自治体や民間団体などで既に計画され、一部ではスタートしている。多くの観光名所を抱える台東区にアンケート形式でヒアリングを行ったところ、「交通アクセスの充実化」や「施設・道路等のバリアフリー推進」、「快適に観光できるさわやかトイレ等の環境整備」、「案内体制の整備」等の施策がすでに展開されている⁵。

しかし、問題なのは、こうした政策はあくまでも2020年の東京オリンピック・パラリンピックを目指し、それに向けての政策にすぎないということである。観光立国を目指す我が国として、2020年以降も観光客数の維持もしくは増加を見込むためには、現在進められている政策でカバーしきれていない部分にまで光をあて、今から解決策を打ち出していく必要がある。

現在の日本の観光政策は、一般的な観光客のニーズに応えられるような政策であるといえる。しかし、実際の観光客の中には車いすを利用する観光客もいれば、高齢の観光客や乳幼児を連れている観光客もいるなど様々である。実際に、現在の訪日観光客数の内訳を見てみると、全体の観光客数の増加とともに乳幼児の観光客数も増加していることが図の2からも読み取れる。しかも、乳幼児の訪日は、その割合の増加から、観光客数全体が減少しても、さほど減少しにくい可能性も高い。乳幼児連れ観光客は、一般的な観光客に比べ、現地でのトラブルや移動のしづらさ等、様々な問題の影響を受けやすいが、現在行われている一般的な観光政策では、そのニーズに対応できない部分も多い。こうした現状を改善し、だれもが快適で便利な観光をすることが出来るように、細やかで優しい「おもてなし政策」を打ち出すことが出来れば、今まで以上に観光客は日本に足を運びやすくなり、リピーターの増加につながる可能性がある。

⁵ 2016年8月26日、西澤が行った台東区役所観光課へのアンケート及びその回答による。

そこで本稿では、我々は一般の観光客に比べ、荷物も多く、見知らぬ土地に不便を感じやすい乳幼児連れの外国人観光客を対象にした政策に焦点を絞り、優しい国、日本の「おもてなし観光政策」を提案したい。乳幼児連れ観光客の増加は観光客層の幅を広げ、観光客数の増加につながる。

第3節では、実際に乳幼児連れの観光を行うと、どのような問題があるのかを検証してみたい。

3. 検証

本節では、乳幼児を連れて観光する場合、現状ではどのような問題があるのか、観光ルートモデルケースを設定し、実際にベビーカーを押しながら調査を行った。これを示したのが表1である。このモデルケースを作成するにあたっては、以下の条件を満たすものとした。日本の玄関口である空港を出発点とし、一度宿泊施設に向かう。その後、観光地へと足を運ぶというものである。

今回、我々は年間の訪日観光客数が国内の空港で最大である成田空港を出発点に選んだ⁶。経由地には宿泊施設であるホテルが充実し、観光のアクセスも良い新宿を選択した。新宿駅は、1日の乗車人員が我が国最多であり、乳幼児連れ観光客にとっての課題が現出しやすいのではないかと考えた⁷。観光目的地として選んだ浅草の浅草寺は、都内屈指の観光名所であり、平日休日関係なく多くの訪日観光客でにぎわっている。浅草は第2節で述べた通り、我々がヒアリングを行った台東区内に位置しており、2020年に向けて具体的な観光政策を策定し、施策の展開が進められている地域であるため、検証する上で有意義と考えた。

今回の検証では、ベビーカーの移動によって判明した問題点や課題を、「成田空港」、「新宿」、「浅草」のほか、「移動中」を含めた4つのポイントにわけて明らかにした。そしてその解決策を提案する過程で、得られる効果について述べたい。

(1) 成田空港での検証

成田空港内は、通路の広さや緩やかなエスカレーターが整備されていることもあり、ベビーカーでの移動に不便を感じることはなかった。

問題点としては、第一にミルク、オムツ、おしりふき、ベビーフード、薬といったベビー用品が売られている店が少なかったことである。表1に記載している成田空港内にある薬局にベビー用品を見つけることは出来たが、店舗に入らなければ売られているかもわからなかった。第二に、ようやくたどり着いた店においても商品自体に外国語表記がなされていないため、それを求めて店にやってくる外国人観光客はスムーズに買い物を行うことができない不便さがあるということである。また第三の問題としては、到着ロビーには観

⁶ 入国管理統計(2015) 参照。

⁷ JR 東日本(2015) 参照。

光客用のベビーカーの貸し出し所があるものの、現状では、貸し出しはあくまで成田空港内のみの使用に限られ、外部に持ち出すことは不可とのことであった⁸。乳幼児連れの外国人観光客の行動可能な範囲をより広げるためには、ベビーカーは必須である。空港を出てこれから観光をスタートさせるという時に返却をしなければならず、これではベビーカーの貸し出しという本来ならば「優しいおもてなし」が十分に活かされていないように思われる。

移動中については(4)で検証するとして、次に宿泊地である新宿での検証について述べてみよう。

(2) 新宿での検証

新宿で明らかになった問題は「人の流れの速さ」である。空港利用客だけの成田空港に比べて、新宿駅はサラリーマンや学生など多くの人々が縦横無尽に構内を行きかっている。人々の多くが時間に追われるように歩いており、人の流れが非常に速い。そのため、ベビーカーを押しながらの移動は大変困難である。実際に地下から地上への移動の際、エレベーターを探して歩いているうちに、いつの間にか人の流れに飲み込まれ、エレベーターの表示を探す間もなく階段付近まで流されて行ってしまった。その場で引き返すわけにもいかず、仕方なくベビーカーを持ち上げ、地上に出ることとなった。

こうした現象は後に述べる浅草駅でも同様に起こった。実際に乳幼児をベビーカーに乗せているとしたら、持ち上げるにはかなりの重量になる。また乳幼児をかかえ、折りたたんだベビーカーを片手で持ち上げながら階段を上り下りするのは大きな負担となる。駅構内においてはエレベーターがどこにあるかの表示が目につくような場所に無く、今回は人の動きに流されるままとなってしまったが、仮に表示が分かりやすいところにあったのなら、少なくともエレベーターにたどり着くことができたのではないか。スムーズにエレベーターにたどり着けるということは、観光を行う上で大変重要なことである。

(3) 浅草での検証

観光地浅草ではどのような問題があるのだろうか。駅構内の移動に関しては、新宿駅同様に人の波に飲み込まれがちであったが、地上に出たからは比較的スムーズに移動することが出来た。人通りは多いものの観光目的で訪れる人が多いためか、新宿に比べて人の動きは緩やかで、仲見世を通る際も問題なく浅草寺の本堂に到着することが出来た。本堂参拝の折にも、階段わきに設置されていたエレベーターのおかげで参拝を容易に行えた。また表1の写真にもあるように、本堂近くのトイレには、おむつ交換台付きのトイレが設置されており、台東区が現在行っている政策の一端を確認することができた。

しかしながら、もし突然ミルクやおむつが必要になり、しかも手持ちの物がない場合、

⁸ 2016年11月15日、西澤,勝又による成田空港のインフォメーションセンターでのヒアリング調査による。

不便さを感じることも考えられる。浅草寺内のおむつ交換台付きトイレや授乳可能なスペースから駅近くのコンビニエンスストアやドラッグストアに行くには、かなりの時間を要する。観光客たちの多くが浅草寺のような目的地で休息をとったり、トイレを済ませたりすることを考えると、近くにオムツがすぐに手に入れられるような工夫があっても良い。こうしたニーズは実際に検証してみて初めて実感できたものである。

(4) 移動中での検証

今回の検証では移動にはすべて電車を使った。しかし電車移動の問題は、「車両内にベビーカーの置き場所」がないということにある。一般的な電車の車両には、大型荷物の置き場所はない。ベビーカーを持ちこむ場合、かなりのスペースを必要とし、車内の混雑時などは他の乗客からの視線が非常に厳しく感じられた。調査時は、帰宅ラッシュの時間帯と重なり、次第に電車内の中央付近に押し込まれたのだが、ベビーカーは折りたたんだとしても大きな荷物であることには変わりなく、他の乗客にかなり気を使った。

電車内でのベビーカーでの置き場所の確保というハードの問題も重要だが、それ以上に乳幼児連れ観光客への理解というソフトの面での教育も急務であろう。

4. 乳幼児連れ観光客に優しい政策の提案

本節では、乳幼児連れの外国人観光客に快適かつ、安心して日本での観光を楽しんでもらうために何ができるのかを提案したい。

実際にモデルケースを設定し、検証を行った結果、いくつかの問題点が浮き彫りとなった。これらの問題一つ一つを個別に解決していくことは大変効果的ではあるが、例えば「新宿駅構内の人の流れの速さ」や、「混雑問題」、「電車移動時のベビーカーの車内への持ち込み問題」などは、一朝一夕に解決できるものではない。

そこで我々はこれらの問題や課題に対し、以下の3点の解決策を提示することで乳幼児連れ観光客にとって優しい「おもてなし」のあふれる観光を提供できると考えた。1つ目は「ベビーカー貸し出しシステムの構築」。2つ目は「案内表示(ステッカー)の設置」。3つ目に「ベビー用品専用の自動販売機の設置」である。これを示したものが表2である。

まず1つ目の提案「ベビーカー貸し出しシステムの構築」について説明する。成田空港内の既存のベビーカー貸し出し所を利用して、次のようにシステム化する。まず、空港外の持ち出しを可能にするために、ベビーカーの貸し出しを有料化する。次に貸し出し空港と異なる場所への返却システムの構築を図る⁹。観光客は必ずしも入国の際の空港から帰国するとは限らないため、他の国際空港との連携を図り、返却場所を他に設置しておくことで、観光客の行動範囲の拡大につなげることが出来る。実際にベビーカーの貸し出しをすることにより得られる収益を試算したのが図2の①である。まずベビーカー有料化に際しレンタル料を設定する。一般のベビーカーレンタルにかかる金額はおよそ4000円/週であ

⁹ 今回の提案では日本国内の主な国際空港とする。

る。今回は空港内の既存の貸し出し所を活用することで20%のコストダウンを図り、1台3200円/週での提供とする。次にベビーカー利用者数を知るために、乳幼児観光客数の算出を行う。年間の観光客数は入国管理局の出入国管理統計により、著者自ら算出を行った¹⁰。それによると、年間で日本を訪れる乳幼児観光客¹¹は32万4181人となった。このうち、1/100の乳幼児が本システムを利用した場合、年間で1037万4400円の収益が見込まれることになる。

2つ目の提案、「案内表示(ステッカー)の設置」について説明する。新宿での検証時、少なくとも案内表示でエレベーターの場所さえ確認できていたのなら、何とかエレベーターにたどりつくことができたのではないかということは、先に述べた通りである。このことから、案内表示としてステッカーを作成し、外国人観光客の目に留まるように各場所に掲示することを提案したい。

ステッカーは統一されたデザインで、表2の②のようにステッカー内に利用できるサービスなどを示すアイコンを表示する形に工夫する。ではステッカーの作成にかかる費用の算出を行う。ステッカーの大きさを半径25cmの円形とし、その料金を1枚につき2万円かかるとして計算する。場所は成田空港内、新宿駅構内、浅草寺の境内の3か所で各10枚ずつ掲示してもらうこととすれば、60万円の費用が掛かることになる。

最後に、「ベビー用品専用の自動販売機の設置」による収入を試算する。これを示したのが表2の③である。まず利益の推計を行う。2015年の一般的な自動販売機1台により販売・提供されたサービスの年間総売上金額の平均は976,000円となる¹²。

次に費用を求めると、自動販売機の電気代は1ヵ月おおよそ2,000円。利益と費用の合計が収入なので、年間収入は1,000,000円となる。これを成田空港内のB1から4Fまでの全フロアに設置すると仮定した場合、年間で5,000,000円の収益となる。また成田空港は2つのビルに分かれているため、さらにこの倍の収益が見込まれる。同様に浅草寺でも自販機を置いた徳野経済効果を算出する。浅草寺の本堂まで続く仲見世の長さはおおよそ250メートルである。仮に仲見世通りに100メートル間隔で自動販売機を設置した場合、2つの自動販売機を設置することが出来る。さらには境内の東西南北4か所にも設置すると仮定した場合、計6つ、6,000,000円の収入が見込まれる。

もちろんこれら3つの提案をさらに有効的に利用してもらうためには、ホームページやリーフレットの配布など、周知の為の広告費用も必要となるが、それについてはこの施策を行う団体が民間なのか自治体なのか政府なのかにも依るところが大きい。

結論・残された課題

以上、本稿では乳幼児連れの訪日観光客がより快適に、より安心して観光を行うために

¹⁰ 法務省入国管理統計(2015) 参照。

¹¹ この場合の乳幼児とは0歳から4歳までとする。

¹² 一般財団法人日本自動販売機工業会(2015),p.2 参照。西澤自ら算出。

必要と思われる政策の提案を行ってきた。これにより、今まで行われてきた観光政策では光が当てられてこなかった「乳幼児連れ訪日観光客」という新たなターゲットの発見と、施策の効果を分析することができた。

しかし残された課題も多い。その一つに、第3節でも述べたように、電車にベビーカーを持ちこんだ際の他者からの視線が厳しく感じられたことへの対応策が見いだせなかったことがあげられる。これは外国人観光客に限った問題ではなく、もともと我が国の乳幼児を持つ母親たちが日々痛感している社会問題でもあり、「弱者へ配慮する教育」が急がれるところである。

一方、今回の政策の提案で観光産業の未来への光が見えたこともまた事実である。今回提案したような乳幼児連れの観光客に優しい政策が、今後次々に実現されれば、乳幼児を連れての2回目以降の訪日、つまりはリピーターを増やしていくことが期待できる。さらには、幼い頃に日本を訪れた子供たちが大人になった時、自分たちの子供を連れて日本を再び訪れる可能性も大いにある。これこそが観光立国を目指すうえで必要な「永続的な誘致」を実現し、それは日本を今まで以上に元気にすることに繋がると我々は考える。

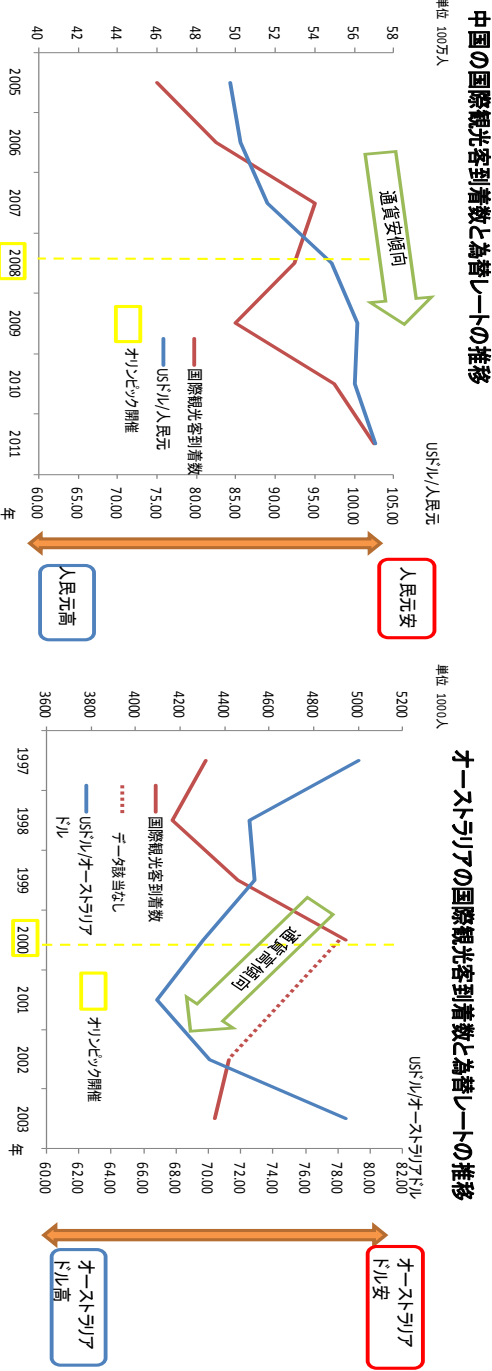
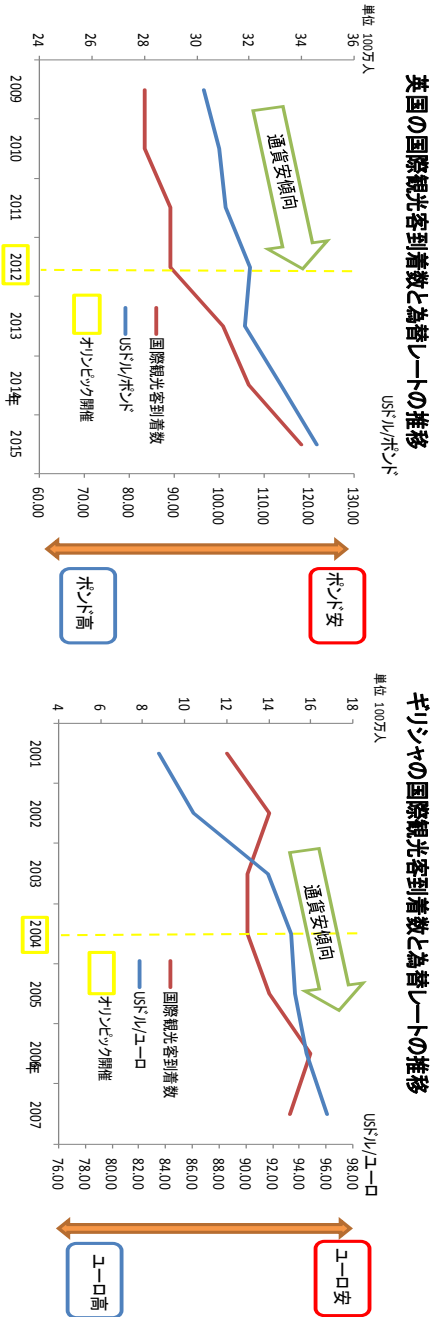
(謝辞)

最後に本稿を執筆するにあたり、ベビーカーの貸し出し提供をいただいたピジョン株式会社取締役執行役員の赤松栄治様、アンケートに答えていただいた台東区観光課の山本様、検証をともに行ってくれた拓殖大学政経学部経済学科3年の勝又裕実さん、そして貴重な意見・指摘をいただいた茂木創先生(拓殖大学政経学部准教授)に心より感謝の意を述べたいと思います。

参考文献

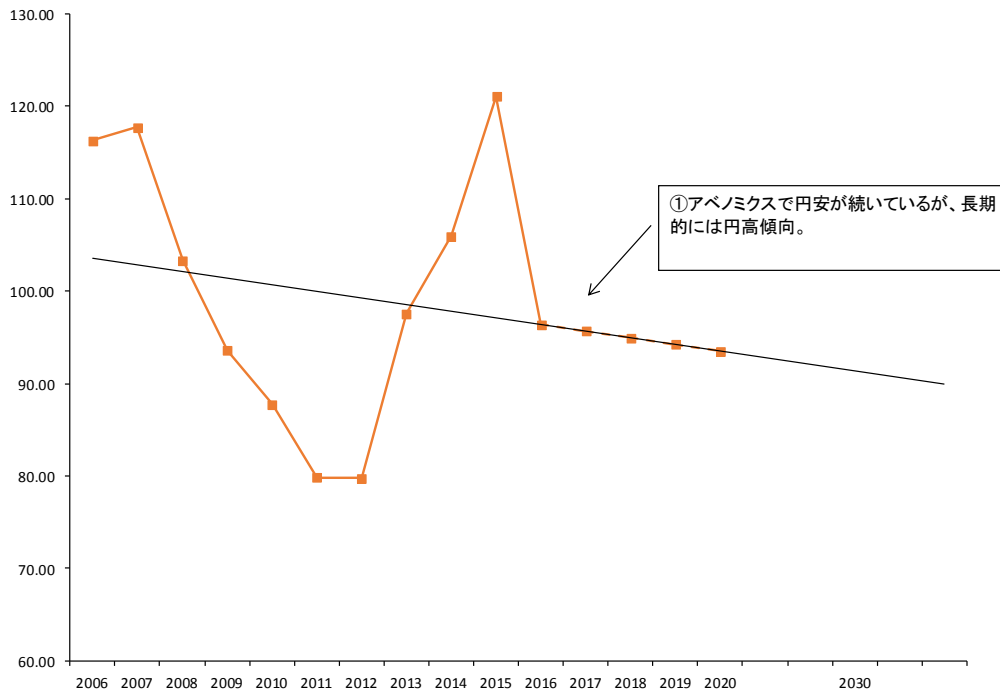
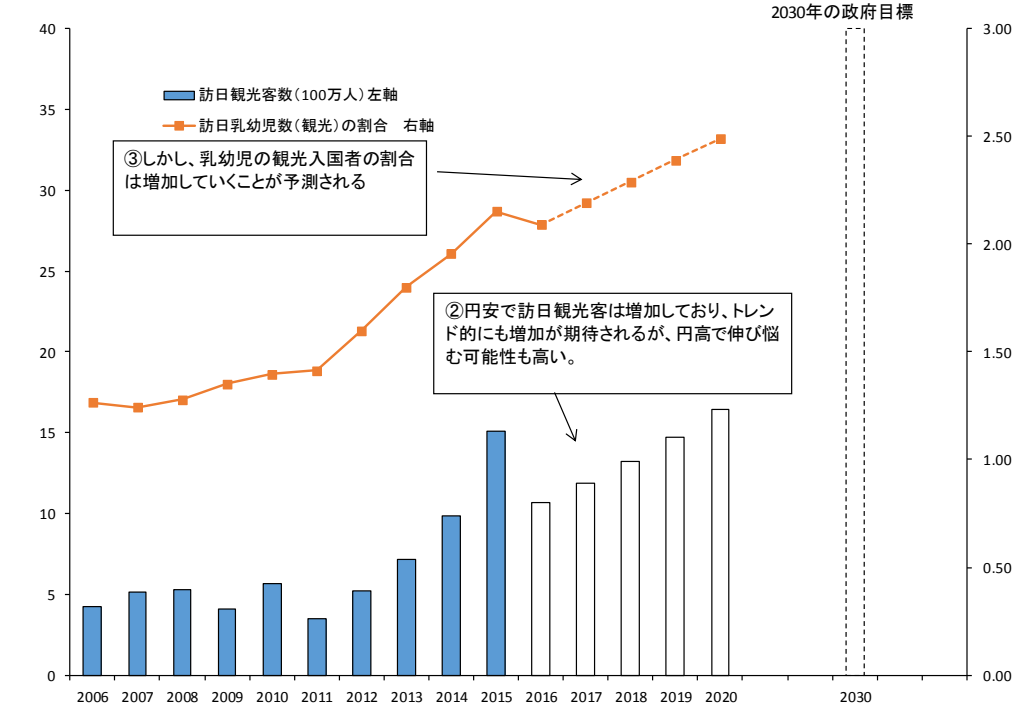
- (1) 内田満(1986)『シルバー・デモクラシー』有斐閣新書.
- (2) 観光庁(2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」
(<http://www.mlit.go.jp/common/001126601.pdf>).
- (3) JR 東日本(2015)「駅別乗車人員」
(<http://www.jreast.co.jp/passenger/>).
- (4) ジェームズ・マック(2005)『観光経済学入門』, 株式会社日本評論社.
- (5) 高田創(2014)「2020年東京五輪、訪日観光客数2000万人も夢でない」『みずほ総合研究所』
(<https://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/today/rt140131.pdf>).
- (6) 日本自動販売機工業会(2015)「自販機普及台数及び年間自販金額」
(<http://www.jvma.or.jp/>).
- (7) 入国管理局統計(2015)『出入国管理統計』, 法務省.
- (8) IMF, *International Financial Statistics*, 各年版.
- (8) UNWTO, *Tourism Highlights*, 各年版.

図1 オリンピック開催国の国際観光客到着数と為替レート推移








出所: IMF International Financial Statistics (2016) 及び UNWTO Tourism Highlights より西澤が作成。

図2 訪日観光客の推移および為替レートと乳幼児数の割合



資料) IMF, *International Financial Statistics*, 各年版, 法務省「出入国管理統計統計表」各年版より作成。
 注) 為替レートおよび乳幼児数の割合は2006年から2015年までの線形回帰によってトレンドをとり予測。
 また、訪日観光客数は2006年から2015年までの指数回帰によってトレンドをとり予測。

表 1 検証ルートの問題点と解決策

	(1)成田空港第2ビル	(4) 京成本線特急 JR山手線	(2)新宿	(4) JR中央線中央特快 東京小口銀座線	(3)浅草
移動過程					
問題点	<input checked="" type="checkbox"/> ベビー用品取扱店の少なさと外国語表記不足。 <input checked="" type="checkbox"/> エレベーターの利用しづらさ。	<input checked="" type="checkbox"/> 車両内にベビーカーを置くスペースがない。 <input checked="" type="checkbox"/> 車内内における他人からの視線。 <input checked="" type="checkbox"/> オムツの取替えやミルクをあげるスペースがない。	<input checked="" type="checkbox"/> 乗り降り時の人の動き。 <input checked="" type="checkbox"/> 混雑時はエスカレーターを使用しづらい。 <input checked="" type="checkbox"/> 飲食店におけるベビーカースペース。	<input checked="" type="checkbox"/> ベビーカーでの改札口出入り。 <input checked="" type="checkbox"/> エスカレーター付近の細かな段差や階段。 <input checked="" type="checkbox"/> 地下道でのベビーカー移動。	<input checked="" type="checkbox"/> 乗り降り時の人の動き。 <input checked="" type="checkbox"/> ベビー用品取扱店の少なさと外国語表記不足。
解決策	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; color: green;">ベビーカー貸し出しシステムの改善</div> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; color: blue;">案内板(スタッカー)の設置</div> <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; color: red;">ベビー用品専用自販機</div> </div>				

出所)西澤・勝又自ら写真撮影を行い、作成。

表 2 解決策の効果

①	②	③
<p>ベビーカー貸し出しシステムの有料化</p> <p>ベビーカーレンタルの平均金額 約4,000円/1週間</p> <p>空港での貸し出し→20%コストダウン 4,000×80%=3,200円/1週間</p>	<p>ステツカー</p> <p>価格 ステツカー：20,000円/1枚(1962.5cm²)</p>	<p>収入 自動販売機の販売・提供サービス 年間総売上金額 976,000円</p>
<p>2015年 入国者数 総数 19,688,247 入国者数 0-4歳 421,014 観光客数 総数 15,066,687</p>	<p>ステツカー 設置場所 空港・ホテル・観光地の各10か所 費用：20,000×3×10=60万円</p>	<p>費用 電気代：8000円/月 年間費用：96,000円</p>
<p>入国者数に対しての観光客数割合 15,066,687÷19,688,247=0.7653 →77% 0-4数×割合=0-4観光客数 421,014×0.77=324,181</p>	<p>BABY STATION</p> <p>駅ホーム内 エレベーター</p> <p>ミルク お湯 自販機</p> <p>オムツ交換台 付きトイレ</p> <p>授乳スペースあり</p>	<p>利益=収入+費用 976,000+96,000=107万2千円/年</p>
<p>収益 0-4数=ベビーカー利用者数 324,181×3200=10億3737万9200円</p>		

出所)西澤が作成。