

# 県政課題についての報告書

「外国人観光客の増加と受入環境の充実を図るための具体的な取組について」

山梨県立大学国際政策学部  
小泉綾香

## はじめに

2020年のオリンピックに向けて、山梨県を訪れる外国人観光客は毎年増加している。それは、山梨県の特産物である果物や、富士山をはじめとした自然を求めてこられている方々が多くの割合を占めている。（参照：平成28年山梨県観光入込客統計調査報告書16ページ）また外国人観光客の中でも、すでに東京など有名な観光地を巡り、2回目の訪日としては、名所だけでなく、都心から少し離れた、日本独自の生活を見たり、体験するために山梨県を訪れる観光客がいるのではないかと考えられる。実際に私の何人かの外国人の友人は確かに東京や京都など、有名な観光地には行ってみたいが、日本という独特な文化を地方で肌で感じたいと話していた。

そこで現在存在している山梨県の観光HPの他に、田舎の生活や文化に興味のある東京を訪れている外国人観光客にターゲットを絞り、山梨でそれらを体験していただくべきであると考え。私が提案するのはcountry side experiences in Yamanashi（仮）という外国人観光客向けのサイトを立ち上げることである。

## ~Countryside experiences in Yamanashi~

countryside/japan/experiences/near Tokyo/などといったキーワード検索に引っかかるようにすることを狙い、そうしたコンテンツに特化した情報発信をすることがこのサイトの大きな狙いだ。私が参考としたのはAll About Japanというウェブサイトである。その中の一つの記事 Cool Countryside Day Trip from Tokyoでは2ページ目で山梨県甲州市の勝沼が特集されており、ビデオの中では、勝沼の街中を歩きながら英語でレポートしてる。

私が提案するサイトでは外国人の興味がありそうな山梨ならではのアクティビティを動画や英語のブログなどで発信したり、東京でプロモーション活動を行ったものもある。動画に関しては、UTYやYBSの番組で山梨の地域特集をしているものをYouTubeなどに載せ、それを英語の字幕をつけてサイト内で公開するなど考えられる。さらには、サイト内で投稿する動画の中で紹介する各場所までの行き方、さらには周辺の宿泊施設を紹介し、山梨県内の観光に必要な情報を一括して検索できるというものである。

## このサービスを提供するターゲット

山梨県は外国人観光客からの観光地としての知名度はまだ低いと私は考える。なぜなら、マウントフジのように固有名詞は有名だが、山梨あるいはその他山梨の地名などは有名ではないと考えるからだ。実際、ベトナムで出会った私の友人に聞いても、東京の隣またはマウントフジがあるといえはなんとなくの場所はわかるという程度でだった。しかし、訪日リピーター観光客は観光での有名な都市だけでなく、日本の地方での生活がどのようなものなのかを知りたいのではないかと考える。私の提案するプロジェクトは1回以上日本に観光に来ており、日本の地方の生活に興味がある外国人観光客で英語を話せる人をターゲットとするものである。

なぜなら韓国人や中国人観光客は多くの場合ツアーのようなもので来県するため、特にサイトを見て自分でプランを考えるという機会が欧州の地方よりも遥かに少ないと考えられるからである。また、以下の表に示されている通り、英語圏からの外国人観光客はまだまだ伸び代があると考えられるからである。

### 4 国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数比較（従業員数10人以上の施設に対する調査から作成）

平成28年の国籍別外国人延べ宿泊者数の順位は、前年同様、第1位が中国、第2位が台湾、第3位がタイとなり、上位3カ国で全体の76.4%を占めた。伸び率でみると、中国、台湾、タイはほぼ横ばいで推移し、香港（前年比+15.8%）、インドネシア（前年比+56.3%）、アメリカ（前年比+88.9%）等が大幅に増加した。

国籍（出身地）	平成28年1～12月期		平成27年1～12月期		平成26年1～12月期			平成25年1～12月期			
	延べ人数	割合	延べ人数	割合	延べ人数	割合	同期比	延べ人数	割合	同期比	
中国	678,130	55.0%	641,110	57.3%	105.8%	384,070	45.3%	176.6%	121,880	26.4%	566.5%
台湾	157,230	12.8%	155,540	13.9%	101.1%	143,410	16.9%	109.6%	117,790	25.5%	133.5%
タイ	105,910	8.6%	107,330	9.6%	99.6%	131,910	15.6%	80.3%	85,620	18.5%	123.7%
香港	54,520	4.4%	47,100	4.2%	115.8%	39,110	4.6%	139.4%	35,670	7.7%	152.8%
インドネシア	30,230	2.5%	19,370	1.7%	156.3%	29,460	3.5%	102.8%	21,290	4.6%	142.2%
アメリカ	29,900	2.4%	15,830	1.4%	188.9%	10,820	1.3%	276.3%	7,290	1.6%	410.2%
シンガポール	28,120	2.3%	21,630	1.9%	130.0%	12,150	1.4%	231.4%	10,310	2.2%	272.7%
マレーシア	26,010	2.1%	23,630	2.1%	110.1%	26,580	3.1%	97.8%	19,610	4.2%	132.6%
ベトナム	25,580	2.1%	16,540	1.5%	154.7%	19,900	2.3%	128.5%	9,890	2.1%	258.6%
オーストラリア	15,600	1.3%	10,510	0.9%	148.4%	4,720	0.6%	330.5%	2,360	0.5%	661.0%
韓国	10,530	0.9%	9,880	0.9%	106.6%	8,480	1.0%	124.0%	7,940	1.7%	132.6%
ドイツ	9,780	0.8%	6,490	0.6%	150.7%	6,400	0.8%	152.8%	4,190	0.9%	233.4%
フランス	8,710	0.7%	4,240	0.4%	205.4%	2,560	0.3%	340.2%	1,530	0.3%	569.3%
カナダ	6,360	0.5%	3,470	0.3%	183.9%	1,570	0.2%	406.4%	1,250	0.3%	510.4%
イギリス	6,310	0.5%	5,330	0.5%	118.4%	2,690	0.3%	234.6%	1,270	0.3%	466.9%
フィリピン	3,750	0.3%	3,680	0.3%	101.9%	3,140	0.4%	119.4%	970	0.2%	386.6%
インド	2,010	0.2%	790	0.1%	254.4%	700	0.1%	287.1%	260	0.0%	773.1%
スペイン	1,720	0.1%	520	0.0%	330.8%	-	-	-	-	-	-
イタリア	1,380	0.1%	1,320	0.1%	104.5%	-	-	-	-	-	-
ロシア	1,220	0.1%	1,420	0.1%	85.9%	360	0.0%	338.9%	300	0.1%	406.7%
その他	29,790	2.4%	22,360	2.0%	133.2%	20,000	2.4%	149.0%	12,800	2.8%	232.7%
上記計	1,232,860	100.0%	1,118,140	100.0%	110.3%	848,050	100.0%	145.4%	462,200	100.0%	266.7%
外国人延べ人数計	1,372,560	-	1,252,130	-	109.6%	948,880	-	144.7%	492,230	-	278.8%

※本表は従業員数10人以上の施設に対する調査から作成している。

※国籍別の宿泊者数の合計は、国籍不詳を除いたものである。

※平成22年1月から、ロシア、マレーシア、インドが追加。平成25年1月からインドネシア、4月からベトナムとフィリピンが追加。平成27年4月からスペイン、イタリアが追加。

このグラフは、平成28年の外国人宿泊客の簡単なグラフだ。5年前と比較すると、数が年々増えていることがわかる。加えて、2020年(平成32年)には東京オリンピックが控えており、その後の影響も考えると、今後はより観光客が増えることが見込まれる。そうした観光客を取り込み、山梨をPRするためにも、私の提案するサイト作りは非常に重要だと考える。

## プロジェクトの内容

このプロジェクトは学生による二つのチームで行う。一つはマーケティングチームである。東京にいる外国人観光客に対し、山梨県のプロモーション活動をする。東京には平成27年には約1,189万人の外国人観光客が訪れているため、プロモーションと並行して、彼らにアンケート調査を行う。このアンケートから分析し、山梨県のような都会から近い田舎に何を求めているのかを知る。それを知った上でコンテンツに反映し、必要な情報、興味のある情報を提供する。これが一つ目のチームである。

もう一つのプロジェクトは県内での受け入れ態勢を整えるチームである。受け入れ態勢で最も力を入れるべき分野は宿泊施設である。欧米ではゲストハウスやホステルなどと呼ばれる安価で宿泊できる施設を利用しており、これが主流なため、欧米からの観光客は山梨県内の旅館をはじめとした宿泊施設を少し高いという感覚を持つに違いない。

## 外国人観光客を呼び込むためのマーケティングチーム

主な活動内容：東京で外国人対象に調査を行い、ネット上でのマーケティング活動や東京の宿泊施設に営業に行き、外国人観光客を増やす。

### 活動1

まずは、プロの方に講師をしていただきながら、活動を進めていく。その第一段階として、マーケティングの方法が全くわからない学生にプロの方々から講義をしていただき、マーケティングの基礎を学ぶ。例えば、私が今のインターンシップの最初に参加した武者修行プログラムで学んだマーケティングに関する基礎知識である。旅武者ベトナムの社長をしているカイン氏は以前サムスンのホーチミン支社でマーケティング部門に勤めていた。そのため、アンケートの取り方、またその結果に対しての分析の方法について、知識が豊富でインターンシップをしながらインプット、アウトプットをほぼ同時に行っている。そうすることで、私自身の知識、経験の両方を同時に補っており、それを実感として感じている。

このような知識を学生のうちから養い、これを活用するという経験は社会人にこれからなる上ではもちろんのこと、学生が活動する上でとても強い武器になると実感したためである。この講義をすることによって、マーケティングをする効率は格段に上がり、またそれを実際にアウトプットすることで優秀な学生を生み出すことができると思う。

### 活動2

次に、外国人観光客が日本の田舎に求めることに対して調査を行う。

#### 仮説例

外国人観光客は山梨について富士山しか知らないのではないか。  
ワインに興味があるのではないか。

滞在期間が身近短いため、山梨県に来る時間がないのではないか。  
外国人は一定の検索ワード(Japanese countryside near Tokyoなど)を使ってどこに行くかを決めるのではないか。  
田舎に興味がある外国人は多いのではないか。  
楽しそうな体験動画などがあると行きたくなるのではないか。  
以上のような仮説からアンケートを作成、実施し、外国人観光客のニーズを知る。

アンケート内容例

gender male/ female

age 20-25/ 25-30 /30-40/ 40-50 /over60

where are you from?( )

How long will you stay in Tokyo?

Have you been to countryside in japan?

-YES

where did you go?

How long did you stay there?

What did you do/see?

What was most excited things?

How did you get there?

Bus/ train/tour/ others( )

How did you get information about this countryside?

-No

do you want to visit?

Where?

How will you search?

How long do you expect to get countryside?

Which activity are you interested in?

Winery, home staying in countryside, seeing Mt.Fuji, cooking local food, cycling tour, flower center, hot springs, talking local people,

Where do you want to stay in countryside?

Hostel, hotel, Airbnb, guesthouse, home staying ,others( )

活動3

アンケートの集計を終えた後、ターゲット（どのような外国人観光客に）、価値（どのようなアクティビティ）を提供していくのか決定し、マーケティング方法を考えていく。

そうすることにより、マーケティングを学びながら活動を行うことができ、優秀な人材の育成をすることにつながると期待できる。こうした活動を繰り返すことで、次第に周知されるようになり、このインターンシップはよりレベルの高いものになり、ますます優秀でやる気のある学生が集まるようになると私は考える。

#### 活動4

マーケティング方法を考えて動き出す。内容はアンケートの結果次第である。動画を撮影し、英語で書くブログやYouTubeにアップするなどができる。例えば、先ほども参考例にあげた、All About Japanというウェブサイトである。3 Cool Countryside Day Trip from Tokyoでは2ページ目で山梨県甲州市の勝沼が特集されている。(参考1)ビデオの中では、勝沼を歩きながら英語でレポートしている。これを山梨県内のバージョンで英語が話せる学生がチームになって投稿していく。

また外国人観光客が多く滞在しているゲストハウスを調べ、広告を配りに行くなどが考えられる。広告は下記の湯なもので、ターゲットに合わせて文言やデザインを変え、もちろん全て英語でプロモーション活動をしていく。

## 受け入れ環境整えのためのチーム

#### 活動1

東京では数多くのホステルやゲストハウスなど、旅館などよりも安価で宿泊できる施設が多く存在する。特にHostel.worldという外国人のバックパッカーなどがよく利用するサイトを見てみると、日本では東京にしか、ゲストハウスが集中していないことがよくわかる。私自身この問題を解決するために、ビジネスコンテストに参加したり、ベトナムの東屋でインターンシップをした際に、観光客が年間を通して比較的少ない観光地でゲストハウスやホステルを運営することの厳しさを知った。そのため、山梨県に数多く存在する空き家を利用し、AirBnBで、片手間でできるような宿泊形態を勧めることができるのではないかと考える。

#### 活動2

現状、山梨に来る観光客の約55%は中国人である。私がホイアンで100人にアンケート調査をした中で、英語が話せる中国人、韓国人は1割程度であった。そのことから、今山梨県で英語を教えるプロジェクトをしているが、それがすぐに役に立つのかはわからない。ニーズに対応するためとして、英語ができるスタッフには中国語のレッスンも開講するべきであると考えます。

参照・地域別外国人宿泊客



4 国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数比較（従業員数10人以上の施設に対する調査から作成）

平成28年の国籍別外国人延べ宿泊者数の順位は、前年同様、第1位が中国、第2位が台湾、第3位がタイとなり、上位3カ国で全体の76.4%を占めた。伸び率でみると、中国、台湾、タイはほぼ横ばいで推移し、香港（前年比+15.8%）、インドネシア（前年比+56.3%）、アメリカ（前年比+88.9%）等が大幅に増加した。

国籍 出身地	平成28年1～12月期		平成27年1～12月期			平成26年1～12月期			平成25年1～12月期		
	延べ人数	割合	延べ人数	割合	同期比	延べ人数	割合	同期比	延べ人数	割合	同期比
中国	678,130	55.0%	641,110	57.3%	105.8%	394,070	45.3%	176.6%	121,860	26.4%	556.5%
台湾	157,230	12.8%	155,540	13.9%	101.1%	143,410	16.9%	109.6%	117,790	25.9%	133.5%
タイ	105,910	8.6%	107,360	9.6%	98.6%	131,910	15.6%	80.3%	85,620	18.9%	123.7%
香港	54,520	4.4%	47,100	4.2%	115.8%	39,110	4.6%	139.4%	35,670	7.7%	152.8%
インドネシア	30,280	2.5%	19,370	1.7%	156.3%	29,460	3.5%	102.8%	21,290	4.6%	142.2%
アメリカ	29,900	2.4%	15,890	1.4%	188.9%	10,820	1.3%	276.3%	7,290	1.6%	410.2%
シンガポール	28,120	2.3%	21,630	1.9%	130.0%	12,150	1.4%	231.4%	10,310	2.2%	272.7%
マレーシア	26,010	2.1%	23,630	2.1%	110.1%	26,590	3.1%	97.8%	19,610	4.2%	132.6%
ベトナム	25,590	2.1%	16,540	1.5%	154.7%	19,900	2.3%	128.9%	9,890	2.1%	258.6%
オーストラリア	15,600	1.3%	10,510	0.9%	148.4%	4,720	0.6%	330.9%	2,360	0.5%	661.0%
韓国	10,530	0.9%	9,890	0.9%	106.6%	8,490	1.0%	124.0%	7,940	1.7%	132.6%
ドイツ	9,780	0.8%	6,490	0.6%	150.7%	6,400	0.8%	152.8%	4,190	0.9%	233.4%
フランス	8,710	0.7%	4,240	0.4%	205.4%	2,560	0.3%	340.2%	1,530	0.3%	569.3%
カナダ	6,390	0.5%	3,470	0.3%	183.9%	1,570	0.2%	406.4%	1,250	0.3%	510.4%
イギリス	6,310	0.5%	5,330	0.5%	118.4%	2,690	0.3%	234.6%	1,270	0.3%	466.9%
フィリピン	3,750	0.3%	3,660	0.3%	101.9%	3,140	0.4%	119.4%	970	0.2%	366.6%
インド	2,010	0.2%	790	0.1%	254.4%	700	0.1%	287.1%	260	0.0%	773.1%
スペイン	1,720	0.1%	520	0.0%	330.8%	-	-	-	-	-	-
イタリア	1,390	0.1%	1,320	0.1%	104.5%	-	-	-	-	-	-
ロシア	1,220	0.1%	1,420	0.1%	85.9%	360	0.0%	338.9%	300	0.1%	406.7%
その他	29,790	2.4%	22,360	2.0%	133.2%	20,000	2.4%	149.0%	12,800	2.8%	232.7%
上記計	1,232,860	100.0%	1,118,140	100.0%	110.3%	848,060	100.0%	145.4%	462,200	100.0%	266.7%
外国人延べ人数計	1,372,560	-	1,252,130	-	109.6%	948,880	-	144.7%	492,230	-	278.8%

※本表は従業員数10人以上の施設に対する調査から作成している。

※国籍別の宿泊者数の合計は、国籍不詳を除いたものである。

※平成22年1月から、ロシア、マレーシア、インドが追加。平成25年1月からインドネシア、4月からベトナムとフィリピンが追加。平成27年4月からスペイン、イタリアが追加。

55%が中国人である今現在は西洋人が増えない限り、メニューは英語にして、簡単な中国語を話せたほうがいいのではないかと考える。特にツアーの参加者などは若い観光客よりも、50代の方々がほとんどである。彼らは日本の50代の方々と同じで、ほとんど英語を喋ることができない。そのため、いくら山梨県の人々が英語を勉強したとしても、中国人観光客が英語を理解できなければ、すぐに英語を学習しての効果は現れないのではないかと考える。

### 活動3 交通の便の充実を図る

日本以外のほとんどの国ではUberというタクシーサービスが存在しており、海外ではこのサービスを利用することが普通である。しかし、日本では法律で規制しているため、海外から来る外国人は馴染み深いUberより割高な日本のタクシーを使うことには抵抗を持つ人が多い。さらに、山梨県では公共バスや各駅から施設へ向かうシャトルバスなどが充実でないため、外国人にだけでなく東京などから電車やバスで観光に来る方々にはとても不便であると言える。その対策として、施設からのシャトルバスを増やしたり、市営バスの運行を充実させたりすることができるのではないかと考えます。

### 活動4

FUJISAN ACTIVITIESのアプリを普及させる。今現在山梨県でどのくらいの観光客の方々に利用されているのかわからないが、各施設に使い方のレクチャーに行くなどし、より多くの方々に知っていただくべきであると考えます。

## 参考

1. All About Japan

<https://allabout-japan.com/en/article/1073/>

2. 平成28年山梨県観光入込客統計調査報告書

<http://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/documents/h28houkoku.pdf>