

観光による地域活性化事例(第2回)

「多国語発信」と「観光統計」に秀でた観光戦略シティ 一岐阜県高山市—

桜美林大学 教授 鈴木 勝

「多国語による情報発信」の重要性 と「きめ細かな観光統計」の必要性

前号では、「観光立国」に向けて走り出した日本にとって、また、東日本大震災に遭遇したわが国にとって、現在もっとも重要な観光戦略として、「広域連携」について述べました。今回はこれの支援策として、「多国語による情報発信」と「きめ細かな観光統計」について紹介しましょう。

2003年の「ビジット・ジャパン・キャンペーン」のスタート以降、日本各地では、観光に関する情報発信と統計を使ったマーケティング戦略が論議されるようになり、その結果、観光活性化に向けた情報発信やプロモーションの方法が大きく変化していることは確かです。

しかし、観光先進国や観光立国と称される国々と比較すれば、内容的にはまだ見劣りすると考えています。そのような中、日本国内において先進的で異色な観光戦略を実施している「高山市」に、以前より注目しています。高山市は市制50周年を迎えた1986年に「国際観光都市」を宣言し、市民参加を基調として、飛騨高山独自の魅力ある都市づくりに邁進し、今日まで見事に成功を収めています。私は、過去2回ほど大学の観光系コースの学生40名ほどを連れて、「観光産業実習」の名目でこの街を訪れ、市役所観光課から観光レクチャ

ーを受けたことがあります。

1. 多国語による情報発信

現在、国レベルで情報発信の責任を持つ組織に、観光庁や日本政府観光局(JNTO)がありますが、これらの組織からの発信状況はどうでしょうか。国内外の旅行者を対象とした「一般観光情報」は日本語、英語、中国語、韓国語その他12言語ほどを使い、以前と比較すればかなりの程度に達しています。

しかし、「消費者への情報発信」が中心となっていて、観光を強力に推進させるためには、これだけでは不十分であり、国内や海外の観光プロへの情報提供が不可欠です。

例えば、「国家による観光政策」、「観光統計」、「マーケティング分析」などの類いであり、これらを迅速に発信することが観光振興に直結することになります。日本では、トップ(首相や国土交通大臣/観光庁長官)の政策が、国内や海外へ細かく発信されることは極めて少ないと思います。何と言っても、日本語以外の言語で発信されるケースが極めて少ない状況です。特に、震災後の現在、海外に向けてどんどん外国語で発信することが切望されています。

ところで、各国・地域の観光情報を分析し、その国(地域)が「観光立国(地)」かどうかを判断する場合、どのようにすればいいのでしょうか。私は、次のような項目をチェッ

クしています。

〈スズキ流 「観光立国（地）度バロメーター」〉

- ①熱意度：HP 全体に観光立国（地）への“熱意”が窺われるか。
- ②国家・地方自治体主張：大統領、首相、観光大臣、長官、知事、市長の主張が明確に頻繁に発表されているか。
- ③一般情報量：一般観光情報が多く発信されているか。
- ④専門家情報：国の内外や地域の観光産業／学術関係者に対し、データ（観光政策、観光情報、観光統計）が発信されているか。
- ⑤インバウンド伸率：近年のインバウンドの増加率。
- ⑥言語数：母国語以外に、何か国語で発信されているか。
- ⑦更改頻度：情報が頻繁に、そして迅速に更改されているか。

上記を踏まえて、日本の自治体の観光に関する発信はどうでしょう。残念ながら、国の取組みと比べ、極めて少ないのではないのでしょうか。もちろん、観光の重要性に目覚めたいわゆる“観光自治体”の中には、何か国語も駆使して、観光情報や観光統計などを素早く発信しているところも確かにありますが、まだ少数です。私自身が注目している高山市ですが、インターネットやパンフレットなどで活発に発信している模範都市の1つと言えます。

2. 高山市の情報発信

インターネットの観光ホームページは、英

語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、フランス語、ロシア語、イタリア語、ドイツ語、スペイン語、ポルトガル語、アラビア語の11言語で世界に情報発信し、パンフレット（英語を中心として）についても、JNTO の世界14都市のオフィスで配布しています。

また、高山市の魅力や観光素材を紹介したDVDやCDに関しては、日本語、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語の5言語で配布しています。併せて、実際の訪問者に便利のように、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、フランス語、イタリア語、ドイツ語、スペイン語、タイ語の「ぶらり散策マップ」等も作成しています。

なお、これらの情報発信に関しては、毎年観光統計レポートに、「ホームページのアクセス状況」や「Eメールでの問い合わせ件数」の項目で数値が発表される仕組みになっています。

きめ細かな観光統計の必要性

1. 国および自治体の観光統計

最近、私は「観光統計」に、強い関心を持つようになりました。なぜならば、観光を強力に推進するには、観光数値の把握や活用が重要であると強く考えるようになったからです。世界中に「観光立国」を目指す国が次々と現れていますが、その国・地域が観光に真剣な姿で立ち向かっているか、どうしたら分かるのでしょうか。毎年、観光統計や観光客分析が明解に、迅速に、継続的に実施されていたら模範的な国・自治体と言えると思います。

観光統計の手法として、訪問する外国人数をいち早く把握し、どのような外国人（一般観光、ビジネス出張、国際会議参加、親戚知

人訪問など)が来ているか、どのような形態(グループ旅行、個人旅行、滞在日数など)であるか、経済的効果(旅行者のショッピング消費額/性向など)はどうかを分析し、さらに将来の推移を予測しているか。これらを白書やインターネットで、国民や住民にわかりやすく告知しているかどうかでしょう。そのような観点から見れば、高山市は日本の先

進的な自治体とってよいでしょう。

2. 高山市の観光統計

現在、発表されている最新の統計(平成22年度版)をホームページから抜粋し検討してみましょう。種々ありますが、興味ある2種類をみてみます。一つは「外国人観光客 国別宿泊者数推移」(表1参照)ですが、世界各

表1 外国人観光客 国別宿泊数推移

| 外国人合計 | | H21年 | | | H22年 | | | H22年 / H21年(%) |
|-------|----------|---------|-----------|----------|---------|-----------|----------|----------------|
| | | 人数 | 地域別構成比(%) | 全体構成比(%) | 人数 | 地域別構成比(%) | 全体構成比(%) | |
| アジア | 中国 | 2,663 | 3.69 | 1.80 | 3,640 | 3.62 | 1.95 | 136.69 |
| | 台湾 | 32,515 | 45.04 | 21.97 | 41,847 | 41.56 | 22.38 | 128.70 |
| | 香港 | 10,069 | 13.95 | 6.80 | 15,428 | 15.32 | 8.25 | 153.22 |
| | 韓国 | 3,296 | 4.57 | 2.23 | 7,582 | 7.53 | 4.05 | 230.04 |
| | タイ | 9,181 | 12.72 | 6.20 | 11,169 | 11.09 | 5.97 | 121.65 |
| | シンガポール | 3,631 | 5.03 | 2.45 | 5,822 | 5.78 | 3.11 | 160.34 |
| | 中東 | 1,689 | 2.34 | 1.14 | 4,545 | 4.51 | 2.43 | 269.09 |
| | その他 | 9,145 | 12.67 | 6.18 | 10,654 | 10.58 | 5.70 | 116.50 |
| | アジア 計 | 72,189 | 100.00 | 48.78 | 100,687 | 100.00 | 53.84 | 139.48 |
| ヨーロッパ | イギリス | 5,188 | 11.47 | 3.51 | 8,004 | 15.24 | 4.28 | 154.28 |
| | フランス | 6,517 | 14.41 | 4.40 | 6,854 | 13.05 | 3.67 | 105.17 |
| | ドイツ | 4,586 | 10.14 | 3.10 | 5,952 | 11.33 | 3.18 | 129.79 |
| | イタリア | 5,442 | 12.04 | 3.68 | 4,626 | 8.81 | 2.47 | 85.01 |
| | スペイン | 6,542 | 14.47 | 4.42 | 6,773 | 12.90 | 3.62 | 103.53 |
| | オランダ | 1,178 | 2.61 | 0.80 | 1,751 | 3.33 | 0.94 | 148.64 |
| | ロシア | 104 | 0.23 | 0.07 | 141 | 0.27 | 0.08 | 135.58 |
| | その他 | 15,660 | 34.63 | 10.58 | 18,420 | 35.07 | 9.85 | 117.62 |
| | ヨーロッパ 計 | 45,217 | 100.00 | 30.55 | 52,521 | 100.00 | 28.09 | 116.15 |
| 北米 | アメリカ | 13,077 | 84.99 | 8.84 | 13,407 | 83.77 | 7.17 | 102.52 |
| | カナダ | 2,309 | 15.01 | 1.56 | 2,597 | 16.23 | 1.39 | 112.47 |
| | 北米 計 | 15,386 | 100.00 | 10.40 | 16,004 | 100.00 | 8.56 | 104.02 |
| 中南米 | メキシコ | 162 | 4.55 | 0.11 | 634 | 17.52 | 0.34 | 391.36 |
| | ブラジル | 2,798 | 78.57 | 1.89 | 2,416 | 66.76 | 1.29 | 86.35 |
| | その他 | 601 | 16.88 | 0.41 | 569 | 15.72 | 0.30 | 94.68 |
| | 中南米 計 | 3,561 | 100.00 | 2.41 | 3,619 | 100.00 | 1.94 | 101.63 |
| オセアニア | オーストラリア | 9,064 | 85.82 | 6.12 | 11,963 | 87.11 | 6.40 | 131.98 |
| | ニュージーランド | 422 | 4.00 | 0.29 | 573 | 4.17 | 0.31 | 135.78 |
| | その他 | 1,076 | 10.19 | 0.73 | 1,197 | 8.72 | 0.64 | 111.25 |
| | オセアニア 計 | 10,562 | 100.00 | 7.14 | 13,733 | 100.00 | 7.34 | 130.02 |
| アフリカ | アフリカ | 1,088 | 100.00 | 0.74 | 436 | 100.00 | 0.23 | 40.07 |
| 計 | | 148,003 | | | 187,000 | | | 126.35 |

◆アジア地域が全体の54%を占めています。アジア地域のなかでも台湾がその42%で、全体数と比較しても22%を占めます。また、平成22年は、全体の入込みは増加し、特アジア地域については対前年比139.48% (+28,498人)、オセアニア地域は対前年比130.02% (+3,171人)と大幅に伸びています。

表2 観光消費額

| 宿泊客 | H21年 | H22年 | H22年/H21年(%) |
|-----------|--------|--------|--------------|
| 支出総額(円)/人 | 26,130 | 25,318 | 96.89 |
| 宿泊費 | 11,859 | 11,110 | 93.68 |
| 飲食費 | 4,540 | 4,187 | 92.22 |
| 土産品代 | 5,602 | 5,479 | 97.80 |
| 交通費 | 2,371 | 2,549 | 107.51 |
| 見学費 | 1,133 | 1,214 | 107.15 |
| その他 | 625 | 779 | 124.64 |

◆ H22年は、前年と比べて一人当たりの支出総額が3%程度減少しました。

国からの訪日外国人を地域と国毎に集約しています。特に、ヨーロッパやアジアの国毎に、ここまで細かく統計を取っている自治体は極めて稀で、並ぶものがないと思われます。

もう一つは「観光消費額」(表2参照)ですが、宿泊、飲食、土産品、交通、見学など細かく消費額を調査しています。

ここで、高山市の観光統計の全体的な特徴を掲げてみましょう。

- ①毎年継続して統計を実施し、迅速に公表(毎年30ページほどの年間統計を、翌年の4月に発表)。
- ②種々の比較検討のコメントを記載。例えば、国レベル(日本政府観光局)の発表数値と比較し、当自治体がどのような傾向にあるかを検討。
- ③観光統計項目の合計は、「観光客の入り込み状況」、「外国人観光客の入り込み状況」、「交通機関の利用状況」、「教育旅行等の入り込み状況」、「観光施設の入り込み状況」、「高山祭の人出状況」、「飛騨高山観光案内所等の案内件数」、「電子メールでの問い合わせ件数」、「ホームページのアクセス状況」の9分類。

以上、高山市の観光統計は、単に統計数値の発表に留まらず、観光振興に関する警告や

将来指針に触れていることも特徴的です。本年、目を引く文章は次のものです。「ここ数年の傾向として、宿泊客・日帰り客とともに3年連続で減少しており、また、一人当たりの観光消費額も2年連続で減少しています。(中略)その克服のため、ニューツーリズムの推進や四季を通じた魅力あるイベントの開催などにより、通念型・滞在型の観光地づくりを強化していくことが重要であると考えています」

本稿の最後に、一言追加いたします。情報発信と観光統計の秀でた飛騨高山の観光推進手法に改めて感嘆していたこの夏、突然、高山市役所観光課から大学の研究室にメールがきました。「現在、私ども高山市観光課では『次世代誘客』に力をいれており、特に将来観光関連の職業を志しておられる学生の皆さんや、指導に当たられている教授の皆様と直接お会いし、誘客活動を進めております」との内容です。どうやら、先進的な情報発信や観光統計分野以外に、新たな観光誘致戦略を開始したようです。

もちろん、後日、観光系学生や他の先生方を交えて、高山市の観光振興の手法について、高山市観光課の担当者と大学内で議論したのは言うまでもありません。